



Universidade do Minho

Instituto de Ciências Sociais

Neusa Mafalda de Barros Amarante

**TURISMO CULTURAL: AS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DO PANO DE TERRA DE
SANTIAGO EM CABO VERDE**

Tese de Mestrado

Património e Turismo Cultural

Trabalho efectuado sob a orientação do

Professor Doutor José Manuel Lopes Cordeiro

Maio de 2012

Agradecimentos

Uma dissertação de Mestrado é um trabalho árduo que interpela o seu autor nas suas capacidades intelectuais, físicas e psicológicas. Por esta razão, importa sublinhar que a concretização desta dissertação fica a dever-se ao empenho e generosidade de uma série de pessoas e instituições, das quais gostaria de destacar as seguintes:

Ao Instituto Português de Apoio ao Desenvolvimento Agradeço (IPAD) devo o reconhecimento de me ter concedido a bolsa de estudo, tornando exequível a materialização deste projecto.

Ao Ministério da Educação e Desportos de Cabo Verde pela concessão de autorização para a realização deste mestrado, pois que sem o financiamento dessas instituições, jamais teria conseguido em tempo útil levar a bom termo a execução deste trabalho.

Expresso, igualmente, a minha gratidão ao Sr. Director da Escola Secundária “Fulgêncio Tavares”, Manuel Barros, pela forma como apoiou este projecto e aos meus alunos que sempre me incentivaram com palavras carinhosas e muitas vezes inconscientemente me incitaram a prosseguir os estudos.

Ao Professor Doutor José Manuel Lopes Cordeiro que apesar dos múltiplos encargos e afazeres inerentes à sua qualidade de docente e Director do referido mestrado, aceitou o convite para orientar esta dissertação, tornando possível este desiderato. Tenho para consigo, Senhor Professor, uma eterna gratidão, pois sem a sua colaboração e sabedoria, não teria chegado a bom porto.

Uma palavra de gratidão ao professor Doutor, Arlindo Mendes pelo incentivo na realização deste projecto.

Aos artesãos que amavelmente me receberam e me concederam as entrevistas que serviram de material para a elaboração da dissertação.

Aos colegas da turma de mestrado pelo apoio, companhia e camaradagem, em especial, Anna Campos e Evandro Semedo.

Um agradecimento especial a toda a minha família pelo estímulo e carinho durante estes dois anos. Aos meus pais, Mafaldo Amarante e Aldevina, por tudo que fizeram por mim. Ao meu esposo, Clemente Garcia, pelo apoio carinho, amor e compreensão. À Eurídice Amarante, minha irmã que desde o início acreditou neste projecto e me incentivou até o último momento na decisão de partir para Portugal, mas também por ter a paciência de ler o meu trabalho e apresentar as sugestões sempre pertinentes. Aos meus irmãos Flávio e Ulrick. Especial reconhecimento ao meu maninho, Hélio pelo apoio e carinho e ainda pela ajuda no processamento informático que sempre me disponibilizou. As minhas irmãs: Teté e Ilce pela ajuda, amizade e cumplicidade. Ao meu querido Héder e aos meus sobrinhos, Fefeu, Diego e Eumir que sempre me apoiaram nos momentos mais difíceis com amor e muito carinho; às minhas amigas e colegas Clarice e Jocelina.

Por fim, queria expressar um profundo agradecimento a todos quantos tornaram possível esta dissertação tendo em vista a obtenção do grau de Mestre em Património e Turismo Cultural, no Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho

Resumo

Esta dissertação resulta de um estudo de caso sobre o *pano de terra* de Santiago de Cabo Verde e as suas potencialidades turísticas. Com este trabalho, pretende-se avaliar as potencialidades turísticas do *pano de terra* e demonstrar a sua importância no desenvolvimento económico das comunidades locais.

O turismo cada vez mais utiliza o património como um recurso importante, sobretudo o segmento do turismo cultural. Porém, em Cabo Verde este segmento não tem sido muito explorado apesar do potencial incomensurável existente no arquipélago. Tendo em conta as potencialidades culturais do país, o turismo cultural apresenta-se como um segmento apropriado para responder às novas exigências e preferências dos turistas, partindo do pressuposto que o perfil dos mesmos se apresenta cada vez mais exigente e diversificado.

Assim, conclui-se que o *pano de terra* enquanto património cultural material e imaterial oferece boas condições para ser utilizado como recurso turístico. O *pano de terra* constitui um novo produto, susceptível de obter um valor acrescentado, e possuindo potencialidades para ser explorado de forma a complementar outros recursos. Apresenta-se, também, como um produto de grande atractividade para os turistas, capaz de gerar emprego para as comunidades locais.

Palavras-chave: Turismo, Turismo Cultural, Património Cultural, Desenvolvimento Sustentável, Pano de Terra.

Abstract

This dissertation is a result of a case study on a cloth of the land of Santiago of Cape Verde and its touristic potentialities. This work intends to evaluate the touristic potentialities of the cloth of the land and to demonstrate its importance in the economic development of the local communities.

Often times, tourism utilizes the heritage as touristic resource, above all, the segment of cultural tourism. Nevertheless, in Cape Verde, this segment has not been so much explored even when there is in existence some incommensurable potential in the archipelago. Taking into account the cultural potentialities of the country, cultural tourism presents itself as an appropriate segment to respond to the new demands and preferences of tourists, beginning from the presupposition that the profile of the same, often presents, once more, demanding and diversified.

Indeed, this work concludes that the cloth of the land with material and immaterial cultural heritage offers good conditions to be used as touristic resources. The cloth of the land constitutes a new product, susceptible of obtaining a growing value, and possesses potentialities to be explored in the form of complementing other resources. It also presents itself as a product of great attraction for the tourists, capable of generating employment for the local communities.

Keywords: Tourism, Cultural tourism, Cultural Heritage, Sustainable Development, Cloth of the Land.

ÍNDICE

Agradecimentos	iii
Resumo	v
Abstract	vi
Siglas	x
Introdução	1
Capítulo I.....	5
1. Enquadramento Teórico	6
1. 1.Turismo e Turismo Cultural.....	6
1. 2. Património Cultural	10
1. 3. Desenvolvimento Sustentável	13
1.4. <i>Pano de Terra</i>	17
Capítulo II.....	20
2. Contextualização Histórica de Santiago de Cabo Verde.....	21
2. 1. Caracterização de Cabo Verde	21
2. 2. Localização Geográfica de Santiago de Cabo Verde	22
2. 3. Abordagem Histórica e Cultural da Ilha de Santiago	25
2.3.1. Aspectos Históricos.....	25
2.3.2. Da Formação da Cultura à Identidade Cabo-Verdiana	29
2. 4. Um olhar sobre o estado do turismo em Cabo Verde.....	34
2.4.1. A Diversificação da Oferta Turísticas na Ilha de Santiago	41
Capítulo III	45
3. Estudo de Caso: <i>Pano de Terra</i> de Santiago em Cabo Verde e as suas Potencialidades Turísticas	46
3. 1.Caracterização do Objecto de Estudo.....	46
3. 2. Origem e Evolução do <i>Pano de Terra</i>	49
3. 3. 1. Valor Social e Simbólico do <i>Pano de Terra</i>	55
3. 4. O Pano entre a Tradição e a Modernidade	59
3. 5. Identificação das áreas de Produção do Pano de Terra e a Tentativa de Revitalização.....	68

3. 6. A Patrimonialização do <i>Pano de Terra</i> e a sua Preservação	72
3. 7. A Certificação do <i>Pano de Terra</i>	78
3. 8. O <i>Pano de Terra</i> enquanto Recurso Turístico	79
Capítulo IV	84
4. Fundamentação Metodológica	85
4. 1. Estudo de Caso	85
4. 2. Etapas do Estudo Realizado	87
4. 3. Caracterização da Amostra	88
4. 4. Análise e Discussão dos Resultados da Entrevista feita aos Artesãos	90
Considerações Finais	101
Recomendações	105
Bibliografia	107
Anexo I	116

Índice de Figuras

<i>Figura 1- A localização de Cabo Verde ao nível do continente Africano</i>	<i>21</i>
<i>Figura 2 - Divisão Administrativa da Ilha de Santiago</i>	<i>23</i>
<i>Figura 3 - Gráfico de Entrada de Turistas nas ilhas em 2010</i>	<i>37</i>
<i>Figura 4 - Pano simples</i>	<i>47</i>
<i>Figura 5 - Pano d'obra.....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 6 - Pano feito de várias cores.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura 7 - Desenho de pano de terra aplicada a peças de barro</i>	<i>65</i>
<i>Figura 8 - Mapeamento dos locais de confecção do Pano de Terra em Santiago</i>	<i>69</i>

Índice de Tabela

<i>Tabela 1 - Evolução do Número de Estabelecimentos, Capacidade de Alojamento e Entrada de Turistas em Cabo Verde</i>	<i>36</i>
<i>Tabela 2 - Perfil dos Entrevistados</i>	<i>89</i>
<i>Tabela 3 - Categoria e Subcategoria Avaliados</i>	<i>91</i>
<i>Tabela 4 - Resumo dos resultados das entrevistas feitas aos artesãos</i>	<i>100</i>

Siglas

AMS (Associação dos Municípios de Santiago).

BCV (Banco de Cabo Verde)

CCITPC (Câmara de Comércio Indústria e Turismo Portugal Cabo Verde)

EXPOTUR (Feira Internacional de Turismo de Cabo Verde)

FONARTES (Fórum Nacional do Artesanato)

ICOMOS (Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios)

IIPC (Instituto da Investigação do Património Culturais)

INE (Instituto Nacional de Estatística)

IPAC (Instituto do Património Artístico e Cultural da Bahia)

IPHAN (National Institute of Historic and Artistic Heritage)

MFP (Ministério da Economia e Plano)

OMT (Organização Mundial do Turismo)

ONG (Organização não governamental)

PIB (Produto Interno Bruto)

RENDA (Rede nacional de Distribuição de Artesanato)

UNEP (United Nations Environment Programme)

UNESCO (União das Nações Unida para Educação Ciência e Cultura)

WWF (Fundo Mundial para a Natureza)

Introdução

Em Cabo Verde, particularmente, durante muito tempo, o turismo desenvolveu-se na base do recurso sol e praia. A exploração excessiva desses recursos e a oferta dos mesmos destinos justifica a necessidade de diversificação de ofertas turística de modo a incentivar a procura de Cabo Verde, como destino preferencial de turistas com outras aspirações. Tendo em conta as potencialidades culturais do arquipélago é fundamental a aposta em novos segmentos turísticos, por forma a responder às novas exigências e preferências dos turistas, partindo do pressuposto que o perfil dos mesmos, hoje é cada vez mais exigente e diversificado.

O turismo cultural cada vez mais utiliza o património como um recurso importante. Porém, em Cabo Verde, este segmento do turismo é menos explorado apesar do potencial incomensurável que as ilhas apresentam. Assim, neste trabalho, dá-se maior enfoque ao segmento do turismo cultural.

Hodiernamente, incumbe às cidades, às regiões, às ilhas identificarem as suas vantagens competitivas a nível turístico. A estratégia passa, no nosso entender, pela selecção e potencialização de um conjunto de atributos específicos de cada território, cujo reconhecimento permite definir as vantagens competitivas sustentáveis. Para isso, é mister considerar a importância dos recursos patrimoniais na estruturação de políticas da ilha.

No presente trabalho, por forma a melhor se adequar ao objecto da pesquisa, entende-se por património cultural aquilo que pertence a um povo e que se perpetua de geração em geração, transmitindo consigo um legado de representações que, nos permite diferenciar as civilizações.

O património cultural de uma localidade constitui um importante elo de ligação entre o turismo e a cultura. Assim, associar património ao turismo é algo fundamental para o sucesso da actividade e para garantir o desenvolvimento local, tendo em consideração que o património detém potencial para atrair turistas a um determinado

destino. Assim o turismo deve ser sempre considerado por todos os agentes de desenvolvimento de um país, região ou cidade como factor de desenvolvimento.

Na verdade, o turismo é uma actividade com carácter multifacetado e hoje constitui objecto de estudo de várias ciências sociais. Ao longo da pesquisa, constatou-se que o turismo devido à sua relevância e peso na economia Cabo-verdiana, constitui objecto de estudos académicos aplicados aos mais variados ramos de saber, contando com uma ampla e diversificada abordagem empírica e teórica. Por conseguinte, ao longo da análise da bibliografia nacional, verificou-se que nas áreas ligadas ao património cultural e a relação entre o património e o turismo, os estudos revelaram-se escassos ou praticamente inexistentes. É neste quadro que se desenvolveu a nossa pesquisa sobre a temática do património cultural e a sua apropriação pelo turismo. A necessidade de realização deste projecto passa ainda pela percepção de que o turismo, embora incipiente, constitui a maior fonte de riqueza de Cabo Verde. Não obstante, é preciso dar um enfoque a outros segmentos do turismo, como o turismo rural e cultural, aproveitando outros atractivos do arquipélago. Acredita-se que este segmento poderá apresentar como alternativa ao turismo sol e praia.

Efectivamente, numa sociedade cada vez mais estandardizada, a autenticidade detém uma grande importância no desenvolvimento local. O turismo constitui componente integrante do desenvolvimento sustentado. Ora, para que o turismo possa constituir-se factor estratégico, é necessário a implementação de sinergias entre as entidades públicas e privadas, entre os agentes sociais e económicos na revitalização cultural aliada à criação de produtos e serviços inovadores. Nesta perspectiva, considera-se que o tema da pesquisa - **as potencialidades turísticas do pano de terra de Santiago, em Cabo Verde**, objecto cultural e histórico, poderá apresentar-se como um recurso turístico.

Hipótese e Justificação

O interesse pela pesquisa deste tema e da área de estudo deve-se ao facto de que é preciso descentralizar a actividade turística para outras ilhas e criar novas ofertas, principalmente para a ilha de Santiago. O objecto de estudo, *pano de terra e as suas*

potencialidades turísticas, enquanto património cultural constituiu um tema inebriante, uma vez que possibilitou-nos compreender o pano enquanto objecto material e imaterial com potencialidades para constituir um produto turístico.

Tema e objectivos da investigação

O presente trabalho tem como tema o Património Cultural, sua apropriação pelo turismo, enquanto atractivo turístico com importância no desenvolvimento das comunidades locais. Com esta pesquisa, pretende-se conhecer o papel do *pano de terra*, enquanto património cultural, avaliar as suas potencialidades turísticas na promoção do destino, Santiago, e analisar o seu papel no desenvolvimento sustentável das comunidades locais.

O trabalho visa ainda examinar o estado do pano, a sua evolução e aplicação em novos produtos, favorecendo o resgate do seu valor cultural. Considera-se que o ponto de partida para a análise e a valorização dos atractivos turísticos de um lugar consiste no inventário do seu património natural e cultural. Neste sentido, propusemo-nos efectuar o levantamento dos artesãos da ilha de Santiago e analisar o estado da preservação do *pano de terra*.

Para o efeito, foi privilegiado o método qualitativo para desenvolver a investigação empírica, assim como a utilização da técnica de entrevistas semi-estruturadas. Recorreu-se à análise de conteúdo, a fim de verificar a incidência de termos representativos para o nosso estudo, tendo contribuído para a escolha o estudo de caso.

A investigação partiu do pressuposto que o *pano de terra* constitui um legado histórico e logo um património cultural susceptível de contribuir para a diversificação da oferta turística do destino, Santiago, complementando a oferta tradicional de Sol e Praia. Por outro lado, considera-se que a tecelagem do pano permite o desenvolvimento económico dos artesãos e das comunidades locais, gerando um aumento de emprego e proporcionando melhoria na qualidade de vida das populações.

Estrutura do trabalho

A presente dissertação encontra-se estruturada em quatro capítulos. No primeiro capítulo, enquadramento teórico, trata-se da conceptualização da temática de pesquisa e da operacionalização dos conceitos intrinsecamente ligados ao turismo, a cultura, ao património cultural e ao desenvolvimento sustentado.

O turismo tem aproveitado o património como recurso turístico e mercadológico. O património inclui não apenas o conteúdo a que se refere, mas também as relações sociais e culturais que lhes são inerentes. Ressalva-se que a herança patrimonial tem uma utilidade que ultrapassa o acto de guardar ou conservar, mas como um legado que identifica o grupo e que faz parte da memória do povo.

No segundo capítulo, contextualização histórica de Santiago de Cabo Verde, caracteriza-se o espaço geográfico, onde a pesquisa se desenvolveu, e aborda-se a evolução histórica e cultural da ilha de Santiago. Faz-se um retrato do estado do turismo no país e apresentam-se as atratividades turísticas da ilha de Santiago, enquanto destino turístico.

No terceiro capítulo aborda-se o estudo de caso, *Pano de Terra de Santiago em Cabo Verde e as suas Potencialidades Turísticas*.

A promoção da cultura e do património integrada na vida sócio-económica de uma cidade ou região constitui um elemento de grande atracção para o turismo, proporcionando alternativas aprazíveis aos visitantes. Por isso, acredita-se que ao utilizar e promover o pano de terra, ou ao preservá-lo, enquanto produto do turismo cultural, fomenta-se um ambiente cultural e promove-se o património cultural e também o destino de Santiago e de Cabo Verde.

No quarto capítulo, apresentam-se os procedimentos metodológicos adoptados para o desenvolvimento da investigação, designadamente as técnicas utilizadas na recolha da informação. Faz-se a análise e interpretação dos dados das entrevistas e apresentam-se os resultados do estudo de caso, com a inclusão da análise da informação recolhida sobre a temática da pesquisa, as potencialidades turísticas do *pano de terra* de Santiago de Cabo Verde. Por último, seguem-se as conclusões e recomendações consideradas pertinentes.

Capítulo I

1. Enquadramento Teórico

O enquadramento teórico do presente trabalho foi baseado em autores que sustentam a investigação em questões relacionadas com as palavras-chave, que consideram imprescindíveis para a compreensão do tema em estudo, a saber: *Turismo*, *Turismo Cultural*, *Desenvolvimento Sustentável*, *Património cultural e Pano de Terra*.

1. 1. Turismo e Turismo Cultural

Hodiernamente, encara-se em muitos países e regiões o turismo como alavanca ou motor de desenvolvimento económico e de transformações sociais. Cabo Verde, não foge à regra, ou seja, a actividade turística é vista com grande relevância para a economia e constitui uma das bases de arrecadação da maior parte da receita do país. Por isso, entende-se que é imprescindível que as políticas adoptadas para este sector tenham em conta a importância dos diferentes produtos turísticos, de modo a adequá-los às aspirações dos turistas.

O turismo é um fenómeno social, económico e cultural que envolve a movimentação de pessoas durante um determinado período de tempo. Segundo a definição da OMT (Organização Mundial do Turismo), “*Turismo é o conjunto de actividades praticadas pelos indivíduos durante as suas viagens e permanência em locais situados fora do seu ambiente habitual, por um período contínuo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros*” (OMT, 2001: 38).

De facto, o turismo é um fenómeno complexo e abrangente que envolve não só viagens, mas toda uma cadeia de bens e serviços como cultura, gastronomia, compras, negócios, teatro, dança, música, artesanato, eventos, transporte, segurança e entretenimento. Portanto, não existe uma única definição do turismo. A própria Organização Mundial do Turismo reconhece a dificuldade na definição do conceito de

turismo, por ser uma actividade sócio-económica recente e que engloba vários sectores da economia, possuindo um carácter multidisciplinar (OMT, 2001: 32).

Segundo Barreto (1995), a primeira definição de turismo surge em 1911, com o economista austríaco Hermann von Schullern Schattennhofen que definia o turismo como “*o conceito que compreende todos os processos, especialmente os económicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista em um determinado município, país ou estado*” (BARRETO, 1995: 9).

Na definição de Burkart e Medlik (1981), citado por Lickorish e Jenkins (2000) turismo é um fenómeno que surge de visitas temporárias, fora do local de residência habitual, por qualquer motivo que não seja uma ocupação remunerada do local visitado.

Apesar da complexidade do termo e das divergências em torno das definições, todas elas têm na essência o deslocamento. Por conseguinte, as definições do turismo devem ser vistas como complementares e não isoladas.

Assim sendo, considera-se importante trabalhar o turismo de forma sistemática, de maneira sustentável, entendendo-o como uma rede de relações e como um processo, contextualizando-o e organizando-o, no tempo e no espaço em que acontece, incluindo as pessoas e preservando a identidade, a cultura, os valores e os atrativos locais.

Para este estudo, e de forma a fundamentar mais o conceito de turismo, enfatiza-se o segmento do turismo cultural, partindo do pressuposto que a motivação é a razão fundamental que estimula as viagens. Assim, o turismo cultural seria uma actividade impulsionada pelo desejo de conhecer a cultura do outro, isto é, conhecer aquilo que é diferente.

No entanto, antes de clarificar o conceito “turismo cultural”, considera-se pertinente fazer um breve comentário sobre a cultura, para de seguida estabelecer a sua relação com o turismo, de modo a poder definir melhor e entender o segmento turismo cultural.

Edward B. Taylor, na sua obra *Primitive Culture* de 1871, propõe a seguinte definição de cultura:

“Cultura ou civilização, entendida no seu sentido etnográfico mais amplo, é o conjunto complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, o costume e toda a demais capacidade ou hábito adquiridos pelo homem enquanto membro de uma sociedade; ou ainda Cultura é a totalidade que inclui conhecimentos, crenças, artes, moral, direito, costumes, e muitas outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem, enquanto membro de uma sociedade” (LARAYA, apud TAYLOR, 1986: 25).

Nesta definição, o autor refere a cultura como conjunto de todas as actividades que o homem realiza enquanto membro activo de uma sociedade. De facto *“o dinamismo da cultura radica no homem, a essência da cultura interpela e aponta para o ser do homem”* (GAMA, 2009: 15).

Ora, a cultura também pode ser utilizada para designar um produto ou um processo. Enquanto produto, a cultura significa o resultado do conjunto das actividades artísticas e culturais, na forma de produtos tangíveis ou intangíveis. Assim, a cultura inclui edifícios, músicas, danças, pinturas, festivais, artesanato, entre outros produtos. Cultura enquanto processo assume dimensão antropológica, referindo-se ao modo de vida de uma determinada população.

Conforme já foi referido, o turismo enquanto fenómeno social e económico tem o poder de produzir impactos de diferentes magnitudes. Por sua vez, este impacto tem efeito em várias áreas;

“Na economia local, regional, nacional ou mesmo internacional; no meio ambiente, seja ele natural ou artificial; e na esfera sociocultural, o que abrange factores comportamentais dos turistas e da comunidade receptora e as inter-relações do turismo com as diversas tradições e culturas das regiões visitadas” (PERINOTTO; SANTOS, 2011: 210-211).

Desta forma, fica evidente que o turismo utiliza a cultura como produto e contribui para o desenvolvimento dos lugares, regiões, países e para a melhoria da qualidade de vida das pessoas dos países visitados. Nestes termos, a cultura é

multifacetada, *“uma vez que cultura é simultaneamente um recurso, um produto, uma experiência, um outcome”* (HENRIQUES, 2003: 50).

Por outro lado, a cultura, na sua expressão material, constitui uma oferta aos turistas e razão impulsionador das deslocações das pessoas. Várias são as “matérias-primas” utilizadas no desenvolvimento da actividade turística, entre as quais, destaca-se o património cultural de uma localidade, que constitui um importante elo de ligação entre o turismo e a cultura. Importa referir que a natureza cultural do turismo é muito antiga, todavia, a ligação entre o turismo e cultura é relativamente recente. Por conseguinte, *“não pode existir turismo sem cultura, daí que possamos falar em cultura turística, pois o turismo é uma expressão cultural. Em termos filosóficos toda a prática turística é cultural”* (PEREZ, 2009:1 20).

Neste sentido, surge o segmento turismo cultural. Hoje, existe cada vez mais uma necessidade premente por uma representação do passado. Esta necessidade manifesta-se através da organização de vários eventos culturais, através de inúmeros símbolos que trazem consigo conjunto de significados que permita a vivência por parte das pessoas contemporâneas, os hábitos e costumes dos seus antepassados.

Na esteira de Henriques, *“o desejo da cultura é cada vez maior. Seja uma cultura socialmente mais codificada e mediática, seja uma reservada a círculos mais restritos”* (2003: 50). Assim, numa tentativa de aproximação ao conceito, o turismo cultural, no sentido mais amplo, seria aquele que tem como atrativo principal a cultura. Convém frisar que a cultura deve ser entendida no seu sentido mais lato, incluindo tanto a abordagem antropológica como a humanística. Nesta perspectiva, tudo aquilo que constitui produção do homem representa oferta cultural, portanto, o turismo cultural tem como principal objectivo o conhecimento dos bens materiais e imateriais produzidos pelo homem.

“O turismo cultural pode ser definido como aquele tipo de turismo que possui conotação restritiva e abrange exclusivamente as actividades que se efectuem através de deslocamentos para a satisfação de objectivos de encontro com emoções artísticas, científicas, de formação nos diversos ramos existentes, em decorrência das próprias riquezas da inteligência e da criatividade do homem” (ANDRADE, 1998: 71).

Do exposto, pode-se concluir que o turismo cultural visa satisfazer o desejo de emoções artísticas e criativas com informação cultural, proporcionando visitas aos monumentos históricos, obras de arte, concertos, museus, centros artesanais, entre outros. Convém frisar que qualquer tentativa de precisão do conceito turismo cultural será sempre incompleta, devido a “*quase impossibilidade de captar a essência do turismo cultural em poucas palavras*” (HENRIQUES, 2003: 51).

Com efeito, segundo alguns autores de forma a precisar o termo deve-se contextualizar o turismo cultural num conjunto de domínios temáticos assentes em abordagens específicas.

1. 2. Património Cultural

A noção de Património permaneceu durante muito tempo associada apenas aos monumentos edificados. Nos primeiros estudos em torno da temática do património, foram considerados património cultural, os monumentos, construções e sítios com valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico e antropológico. No entanto, com o tempo, a concepção de património cultural estendeu-se a categorias que não integram necessariamente sectores artísticos, mas que são de grande valor para a humanidade.

Com as transformações sociais e económicas resultante dos vários acontecimentos que se verificaram nos séculos XVIII e XIX, a noção de Património conheceu uma significativa alteração.

Na verdade, a era pós-industrial caracteriza-se pela necessidade de colocar limites, de corrigir ou até preservar e restaurar espaços, natureza e edifícios que foram ameaçados e destruídos. Neste contexto a extensão do conceito de património torna-se necessária para preservar provas materiais da memória e para limitar o alcance das mudanças.

Por conseguinte, foi na segunda metade do século XX que o conceito de Património conheceu a sua evolução mais significativa.

Efectivamente, as crescentes transformações e ameaças ao património levou a Carta de Atenas de 1931, a propor uma nova definição de património, integrando todo o contexto envolvente.

Como já foi referido, o turismo cultural tem como objectivo principal a cultura, em que o património constitui uma oferta privilegiada. Com efeito, o turismo exerce uma influência positiva e negativa sobre o património, podendo conduzir à destruição do mesmo. Assim, como forma de a adaptar às novas aspirações das pessoas e ainda, com a crescente sensibilização em torno do estudo do património mundial, houve a necessidade de rever a Carta de Atenas e consequentemente de alargar a noção de património, elaborando um novo documento, a Carta de Veneza¹.

Efectivamente, a publicação da referida Carta de Veneza em 1964 permitiu a valorização não só das grandes obras, mas também das consideradas mais modestas que têm adquirido significado cultural ao longo do tempo. Por conseguinte, foi com a criação do ICOMOS² que se integrou na noção de património a dimensão cultural e natural.

Com este documento a noção de património alargou-se e passou a integrar tudo que tem valor universal excepcional do ponto de vista histórico, artístico, científico, etnológico, ou antropológico. De igual forma, o património passou a englobar as paisagens, os sítios, as plantas e os animais.

¹ Carta Internacional para a Conservação e Restauração de Monumentos e Sítios, 1964. Segundo este documento o conceito de monumento histórico engloba não apenas um único trabalho de arquitectura, mas também o ambiente urbano e rural em que se encontram as evidências de uma civilização particular, uma evolução significativa ou um acontecimento histórico.

² Internacional Council ou Monuments and Sites. Criado em 1965, foi a primeira organização não-governamental na área do património cultural.

Por tudo isto, fica evidente que o conceito de património evoluiu e expandiu-se, tomando significações diversas. Neste estudo pretendeu-se realçar a dimensão do património cultural e imaterial.

“De acordo com a convenção para a salvaguarda do Património Cultural Imaterial, aprovada pela UNESCO em 17 de Outubro de 2003, entende-se por património cultural imaterial as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objectos, artefactos e lugares que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu património cultural. Este património cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interacção com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana” (UNESCO, 2003).

Na perspectiva da UNESCO, o património cultural abrange os bens culturais que a História deixou a uma nação e aqueles que são criados na actual sociedade, dando-lhes um significado especial histórico, científico, simbólico ou estético.

Neste sentido, considera-se que o *pano de terra* sendo um objecto material constitui um património cultural material e imaterial e, consequentemente, um atractivo para o turismo cultural. O *pano de terra* constitui uma herança do passado que se transmitiu à geração futura e representa um legado da história do povo cabo-verdiano.

1. 3. Desenvolvimento Sustentável

A expressão desenvolvimento sustentável designa uma forma de desenvolvimento capaz de responder às necessidades do presente sem prejuízo para as gerações futuras. Neste sentido, o desenvolvimento sustentável tem como objectivo a melhoria das condições de vida dos indivíduos, mas preservando, simultaneamente, o meio ambiente a curto, médio e sobretudo a longo prazo.

Importa recordar que a expressão “desenvolvimento sustentável” surgiu pela primeira vez na Conferência das Nações Unidas sobre o Homem e o Meio Ambiente, realizada em Estocolmo, em 1972.

Entretanto, foi no relatório da Comissão Brundtland, em 1987, que se alargou o objectivo base, acrescentando o conceito de equidade, às necessidades económicas da população marginalizada, e a ideia da tecnologia e das limitações sociais, como forma de precaver o ambiente a responder às necessidades actuais e futura (FERREIRA, 2009: 5).

Outra definição digna de realce é aquela que foi adoptada pelo Programa das Nações Unidas para o ambiente (PNUMA) e pelo Fundo Mundial para a Natureza (WWF) em 1991, na qual evidencia um grau de complementaridade significativo face à definição anterior, *“desenvolvimento sustentável coincide com as melhorias na qualidade de vida que não comprometem a capacidade de carga dos ecossistemas que as suportam”* (HENRIQUES, 2003: 212).

Na perspectiva de Moreira,

“O conceito de desenvolvimento é complexo muito transversal, e abarca um conjunto de matérias de várias ciências, desde a economia à biologia, da sociologia à geografia, da ecologia à antropologia, abrange ainda um número elevado de temas, como: crescimento económico, ambiente, cultura, pobreza, saúde, integração, nível de vida, tradição, identidade, espaço, equidade, etc” (MOREIRA; 2005:8).

Neste sentido, o desenvolvimento sustentável abrange todas as dimensões da organização da sociedade, desde a económica, à social e à cultural.

Posto isso, pode-se afirmar que existem diferentes opiniões e mesmo contradições entre os autores no que tange à definição do conceito de desenvolvimento sustentável.

Muitas vezes o desenvolvimento é confundido com crescimento económico, que depende do consumo crescente de energia e de recursos naturais. Este tipo de desenvolvimento tende a ser insustentável, pelo que leva ao esgotamento dos recursos naturais dos quais a humanidade depende. Com efeito, entende-se que para atingir o desenvolvimento sustentável é fundamental reconhecer que os recursos naturais são finitos e que os bens naturais devem ser usados com critério e planeamento.

Entretanto, foi no início dos anos 80, que o conceito de desenvolvimento sustentável aplicado ao turismo ganhou maior destaque. Porém, antecedendo esta data, já se vislumbrava alguma preocupação com a conservação dos recursos turísticos.

Nesta pesquisa considera-se relevante uma abordagem sobre a importância do planeamento dos destinos e produtos turísticos, uma vez que este constitui um factor indispensável para garantir um desenvolvimento sustentável das comunidades locais.

Segundo Ferreira,

“a deficiente sincronização entre as políticas e a prática constitui um dos maiores impedimentos para alcançar os objectivos do desenvolvimento sustentado. E a existência de infra-estruturas turísticas e atracções isoladas, prontas a usar, não são por elas próprias suficientes para assegurar o futuro a longo prazo de um destino turístico” (FERREIRA, et.al, 2004).

Com esta aportação, uma das balizas para atingir este desiderato, é convencer o governo e a indústria do turismo da importância da integração dos princípios de desenvolvimento sustentado nos seus planos e nas suas actividades.

Na óptica de Henriques (2003), a sustentabilidade advém de, através do turismo, se conseguir a satisfação da procura turística, no tempo e no espaço, através da manutenção de uma adequada oferta turística.

Efectivamente, só existe a sustentabilidade quando existe uma conciliação entre a manutenção da oferta turística e a satisfação dos turistas com benefícios para a população. Na verdade, um dos princípios do desenvolvimento sustentável é a sustentabilidade sociocultural. Esta, por sua vez, garante que o desenvolvimento aumenta o controlo das pessoas sobre suas vidas, preserve a cultura e os valores morais da população e fortaleça a identidade da comunidade. Como corolário, possibilita a formação de uma civilização mais igualitária, ou seja, com mais equidade na distribuição de rendimentos e bens, contribuindo para minorar o abismo entre os padrões de vida dos ricos e dos pobres.

Neste pressuposto, sendo o turismo um fenómeno transversal, ele deve ser visto como uma actividade que contribui para o desenvolvimento sustentável das comunidades, usando o património cultural como produto turístico. Para isso, é necessário que o turismo seja planificado e considerado um sistema aberto e inter-relacionado aos diferentes subsistemas, designadamente, sociocultural, ambiental, económico e político-institucional.

Segundo Perret e Teyssansier (2001), pode-se entender o turismo sustentado organizado em três dimensões, a saber: preservação do(s) recurso(s); desenvolvimento local e ética – retorno/partilha (FERREIRA, 2009: 7, *apud* PERRET E TEYSSANSIER, 2001).

Com efeito, podemos afirmar de forma inequívoca, que uma das principais vantagens do turismo sustentável consiste no respeito pelo ambiente, de modo que a sua qualidade se mantenha inalterável, e concomitantemente gerador de emprego, implementando actividades artesanais e outras prestações de serviços, combatendo, desta forma, a pobreza, evitando grande concentração de pessoas causadoras de enorme poluição, preservando a identidade cultural das localidades, permitindo que, sendo visitadas, conservem as suas características atractivas durante muitos anos.

Verifica-se, pois, que os produtos turísticos sustentáveis são desenvolvidos em harmonia com o meio ambiente, com as comunidades e a preservação das culturas locais, de forma que as populações se convertam em beneficiários perenes e participantes activos de todo o processo de desenvolvimento.

Ademais, o turismo quando planificado e executado dentro dos princípios conceptuais da sustentabilidade contribui para o fortalecimento da cultura local e regional, e para a preservação da identidade social, promovendo a diversidade cultural das comunidades, grupos e regiões, e aumentando a auto-estima dos indivíduos/cidadãos.

Com este entendimento, considera-se que esta dimensão é importante para o desenvolvimento do turismo regional, a qual só será alcançada se ao longo do processo, for valorizado o património cultural e histórico, e incentivando o resgate das tradições e da cultura popular, incluindo manifestações artísticas, como a música, o folclore, as danças, o teatro, o artesanato, entre outras. Assim, pode-se afirmar que sustentabilidade sociocultural implica o reconhecimento da contínua necessidade de mecanismos de mediação entre as partes interessadas no desenvolvimento da comunidade e da sociedade.

Segundo Ayala (1995: 39-47), existe uma necessidade premente de educar as populações locais, no sentido de compreenderem a importância de um desenvolvimento sustentado, que preserve o produto que efectivamente lhes permite sobreviver e prosperar.

Por conseguinte, a sustentabilidade sociocultural propõe um modelo de desenvolvimento centralizado no homem, baseado no princípio de cooperação e parceria, com o objectivo de encontrar formas de proporcionar o desenvolvimento local e aproveitar as potencialidades das regiões.

1.4. *Pano de Terra*

Atinente ao assunto em pauta, tomou-se como referência os trabalhos e as bibliografias existentes sobre o tema, de modo a compreendermos as diversas abordagens do objecto, o *pano de terra* ao longo dos tempos.

Nestes termos, importa sublinhar que durante a pesquisa, deparou-se com pouca bibliografia existente. Todavia, os escassos estudos encontrados são dispersos e incompletos, carecendo, a nosso ver, de uma abordagem crítica e reflexiva.

Feita a ressalva, considera-se premente o apoio na obra de referência, do investigador António Carreira, intitulada, *Panaria Cabo-Verdiana Guineense* (aspectos históricos e sócio económicos) datada de 1969. Nesta obra, o autor faz uma abordagem aprofundada e exaustiva do pano, destacando o seu valor económico, desde os séculos XVI até ao século XIX, período da sua decadência.

Feito o intróito, entrariámos na abordagem do objecto, o *pano de terra*. A história da nação cabo-verdiana está associada ao *pano de terra*. O aparecimento do artesanato e consequentemente da tecelagem em Cabo Verde, remonta ao início da descoberta das ilhas, no séc. XV.

Falar do *pano de terra* implica necessariamente referir a introdução do algodão nas ilhas. Após o descobrimento de Cabo Verde o cultivo do algodão foi estendido, pelo menos, às ilhas de Santiago e Fogo. Em Cabo Verde, nos primórdios, como forma de alimentar as transacções do comércio de escravos, desenvolveu-se uma verdadeira indústria familiar de panaria. “A *panaria surgida do algodão de produção de ilhas, anilina vegetal que era a urzela e do elevado número de escravos tecelões, conquistaria um lugar cimeiro no comércio em toda a Costa Africana*” (PEIXEIRA, 2003: 72).

De facto, os panos de algodão tiveram uma importância vital na economia do arquipélago, durante todo o século XVII, com uma produção de milhares por ano (CARREIRA, 1983). O algodão podia ser vendido como matéria-prima ou já manufacturado, ou seja já transformado em panos. No início, vendia-se o algodão em fibra, mas, mais tarde, com o desenvolvimento do artesanato da tecelagem em Cabo

Verde, o algodão passou a ser vendido, maioritariamente em panos. O pano transformou-se numa das mercadorias mais apreciadas no comércio de escravos na Costa da Guiné, e passou a ser objecto de uma intensa procura quer pelos nacionais quer pelos estrangeiros. (BALENO, 2002: 183).

Os panos eram usados como moeda, e as autoridades chegaram a recorrer aos mesmos para pagamento dos salários dos funcionários.

Arlindo Mendes, considera que o pano desempenhava um papel de relevo na vida económica, social e simbólica dos Cabo-verdianos (MENDES, 2009: 80).

Para além do valor económico o pano constitui um símbolo da identidade cabo-verdiana. Fruto da mestiçagem, este artefacto representa a história de um povo, sobretudo no mundo rural.

“O pano-de-terra revela a diversidade e a fusão cultural do cabo-verdiano. Assim como o crioulo, que se originou do encontro da língua portuguesa e das várias línguas africanas, o pano-de-terra também se afirma como signo e sina da cabo-verdianidade, o que significa dizer, de uma identidade inconfundível” (FILINTO, 2005: s/p).

Segundo o mesmo autor, o pano, para além de ter um valor económico, deu centralidade e visibilidade a Cabo Verde no contexto do tráfico com a Costa de África, pelo menos até meados do século XVIII, período da decadência da panaria.

Os panos diferenciam-se pela qualidade que se associa a beleza dos padrões, que por sua vez, atribuía uma certa distinção social e económica às pessoas.

De facto, os panos de bicho, de boca de bicho e de obra eram os de maior valor comercial, mas para além destes produziam-se nas ilhas uma série de panos, destacando-se o chamado pano ordinário. Este último tinha um preço mais barato e era utilizado por quase toda a população (CARREIRA, 1983).

O pano teve ao longo dos tempos funções multifacetadas, desde económica, social e cultural. Hoje, o valor do *pano de terra* transcende o económico e assume um significado cultural e simbólico, uma vez que constitui uma peça que transmite parte da

história do povo cabo-verdiano. É nesta perspectiva que se considera que o pano tem valor e potencialidades para ser integrado nos produtos turísticos, contribuindo para o desenvolvimento das comunidades. Para o efeito, é imprescindível a sua conservação e revitalização de modo a salvaguardar-se a herança de uma tradição deixada pelos homens do passado.

Actualmente existe uma consciência por parte de toda a sociedade cabo-verdiana a propósito da importância e da necessidade da revitalização e preservação do pano. Assim, é notável o reconhecimento do valor deste artefacto e das suas potencialidades, enquanto atractivo para o desenvolvimento do turismo, com resultados significativos na melhoria das condições de vida das populações.

Capítulo II

2. Contextualização Histórica de Santiago de Cabo Verde

No presente capítulo pretende-se apresentar algumas informações sobre a situação geográfica de Cabo Verde, particularmente, da ilha de Santiago, focalizando os seus aspectos históricos e culturais, assim como analisar o estado do turismo no arquipélago.

2. 1. Caracterização de Cabo Verde

Cabo Verde fica situado no Atlântico Norte, a cerca de 450 km da Costa Ocidental africana (ver figura 1). Com cerca de 4033 km² de superfície e uma população de 508,633 (INE, 2010) habitantes, o arquipélago faz parte do grupo dos Pequenos Países Insulares da África Ocidental.

Figura 1 - A localização de Cabo Verde ao nível do continente Africano



Fonte: elaborado com o apoio do Google Mapa

O arquipélago é composto por dez ilhas que, por sua vez, encontram-se divididos em duas regiões: a do Barlavento e a do Sotavento. Na região do Barlavento encontram-se as ilhas de Santo Antão, São Vicente, Santa Luzia, São Nicolau, Sal e Boa Vista, enquanto na região do Sotavento encontram-se as ilhas de Maio, Santiago, Fogo e Brava.

As ilhas apresentam particularidades geográficas e culturais específicas o que lhes confere potencialidades para desenvolver diferentes segmentos de turismo, nomeadamente o turismo balnear, o turismo rural e o turismo cultural.

O arquipélago apresenta um clima tropical seco, com chuvas irregulares, que podem ser muito escassas durante longos períodos de tempo (CCITPC, 2010). Influenciado pelo clima, Cabo Verde sempre registou períodos de secas cíclicas seguidos de fomes com consequências nefastas, tanto para a população, como para a organização social e económica do país.

2. 2. Localização Geográfica de Santiago de Cabo Verde

A ilha de Santiago, por sua vez, insere-se no grupo das ilhas ocidentais de Sotavento, entre os paralelos 15 20' e 14 50' de latitude Norte e os meridianos 23 50' e 23 20' de longitude Oeste, possuindo uma superfície de 991 km, o que faz dela a maior ilha do arquipélago de Cabo Verde.

Santiago é densamente povoada e conta com cerca de 295.688 habitantes, (57,10%), sendo 131.453 habitantes (cerca de 44,46%) residentes na Cidade da Praia, capital e sede administrativa (INE, 2010).

A ilha de Santiago integra nove municípios (figura 2) e encontra-se dividida em duas regiões políticas, a saber: Santiago Sul, constituída por três municípios, dentre os quais a capital do país, e Santiago Norte, englobando seis municípios, destacando-se

desde logo, os municípios do Tarrafal e São Miguel, respectivamente, onde se concentram a maioria dos artesãos que produzem *o pano de terra*, tema desta presente dissertação.

Figura 2 - Divisão administrativa da Ilha de Santiago



Fonte: AMS (Associação dos Municípios de Santiago).

A ilha de Santiago, a maior do país, é de origem vulcânica, constituída por montanhas e vales profundos, albergando dois dos pontos mais elevados: Pico de Antónia (1.819 m) e a Serra Malagueta (1.063 m). A combinação do relevo montanhoso com vales profundos, planaltos no litoral e no centro, tornaram esta ilha, uma das mais favoráveis à fixação dos primeiros colonos. “*As montanhas favorecem as quedas pluviométricas, as precipitações ocultas (principalmente o nevoeiro de altitude) e a existência de águas correntes nos vales; as achadas facilitam a circulação*” (SEMEDO; TURANO, 1997: 27).

Santiago é a única ilha que combina simultaneamente as condições micro-climáticas, topográficas e várias formas litorais favoráveis a existência de vales irrigados, vias de circulação e ainda a instalação de infra-estruturas como aeroportos e

portos, assegurando condições propícias para o desenvolvimento de diversas actividades, inclusive o turismo.

Por outro lado a localização do arquipélago, no Sahel³, condicionou a evolução ecológica e a ocupação humana o que influenciou significativamente na evolução sócio-económica e cultural de Cabo Verde.

Enquadrada dentro da região do Sahel, a ilha de Santiago, apresenta características climáticas do tipo árido e semi-árido, tal como o restante do arquipélago, com algumas diferenças de ilha a ilha. Esta característica é designada por clima tropical seco, onde existem apenas duas estações, nomeadamente a estação das chuvas designada por húmida ou das “águas” que se estende do mês de Agosto a Outubro e a estação seca ou das “brisas” que decorre de Dezembro a Junho, sendo os meses de Julho e Novembro os meses de transição. Em virtude da sua localização e do seu tipo de clima, a temperatura média mensal varia entre os 25° C e 27° C no meses mais quentes, Agosto e Setembro, e 22° C e 24° C nos meses mais frescos, Janeiro e Fevereiro, fazendo com que as médias anuais nunca sejam superiores a 27° C e inferiores a 18° C, condições propícias para a prática do turismo de sol e praia, assunto que será aprofundado nos próximos capítulos.

³ Segundo o geógrafo, José Maria Semedo, Sahel corresponde a uma zona de aridez, que marca a transição entre o sul do deserto do Sahara e as zonas húmidas do continente africano. Cabo Verde apesar de estar isolado do continente está a uma distância suficientemente próxima o que permite ser incluído nesta faixa árida. O arquipélago é igualmente insular e é fortemente afectado pela seca, pela desertificação, pela debilidade e pela irregularidade da sua pluviosidade (1997:26).

2. 3. Abordagem Histórica e Cultural da Ilha de Santiago

2.3.1. Aspectos Históricos

A ilha de Santiago foi descoberta em 1460 pelos portugueses, no conjunto das ilhas orientais, designadamente; Sal, Boa Vista, Maio e Fogo. Essas ilhas foram descobertas ainda no período de D. Henrique. “*Com a morte deste, ocorrida em 13 de Novembro de 1460, D. Afonso V doou por Carta Régia de 3 de Dezembro desse ano, as citadas ilhas ao seu irmão o Infante D. Fernando*” (CARREIRA,1983: 31).

Entretanto, a ilha de Santiago só foi povoada dois anos mais tarde, ou seja, em 1462. Ademais, de modo a facilitar a sua administração, Santiago foi dividida em duas Capitanias, a saber: a Capitania de Sul com sede em Ribeira Grande, entregue a António de Noli, como prémio da descoberta, e a Capitania do Norte, com sede em Alcatrazes, foi entregue a Diogo Afonso.

Em 1462, com o apoio da Coroa, os donatários⁴ começaram a colonização da ilha de Santiago – a maior ilha –, primeiro com portugueses e mais tarde com negros resgatados “nas partes da Guiné”.

Sendo a primeira ilha a ser povoada, como afirma Maria Emília Madeira Santos, na sua obra intitulada *Subsídios para a História Geral de Cabo Verde*⁵, a ilha de Santiago, viria a constituir-se um verdadeiro entreposto comercial entre Portugal, Castela, e os “Rios da Guiné”. “*Esta era, indubitavelmente, a placa giratória dos dois*

⁴ Segundo a definição de infopédia (2003), Donatário ou Capitão-donatário era pessoa da confiança do Rei que recebia terra para explorar. Este ficava com a jurisdição cível e crime, com as rendas da exploração e com os meios de produção. Devia conquistar, povoar, administrar e defender as terras e pagar um tributo ao rei. Normalmente, a duração da donatária era indefinida, sendo de juro e herdade; mas podia também acontecer que fosse vitalícia. Havia regras para o vínculo das terras, que não se podiam dividir nem vender. O capitão-donatário concedia terras aos colonos pelo procedimento de sesmarias.

⁵ Cf. SANTOS, M. E.; TORRÃO, M. M. (1989), “Subsídios para a História Geral de Cabo Verde”, Separata de *Actas do Congresso Internacional Bartolomeu Dias e a sua Época: D. João II e a Política Quatrocentista*. Lisboa: Instituto de Investigação Científica Tropical.

eixos comerciais. Porto de chegada dos produtos da Europa; porto de partida para o comércio com a Costa; porto de chegada das mercadorias africanas e porto de partida destas para a Europa” (SANTOS; TORRÃO, 1989: 45).

Portanto, o povoamento de Santiago tinha como propósito principal, transformar a ilha em ponto de apoio à navegação, tanto nas descobertas como no comércio com a Costa Africana, devido à sua posição geo-estratégica, isto é, localizada entre a Europa, a África e a América.

Por conseguinte, como forma de conceder maior impulso ao povoamento, a Coroa publicou em 1466, um documento que consagrava algumas regalias aos moradores que quisessem fixar na ilha, como forma de superar as dificuldades que a mesma apresentava.

Apesar de não ser o nosso propósito analisar o impacto da referida Carta, podemos afirmar que a mesma surtiu um efeito positivo no arranque do povoamento, pelas possibilidades concedidas aos moradores de desenvolver o comércio de escravos com a Costa de África.

Portanto, com essas prerrogativas, as autoridades coloniais esperavam um povoamento efectivo das ilhas de Santiago e Fogo. A intenção da Coroa não se concretizou, pelo que, a classe beneficiada estava interessada apenas na acumulação de riqueza, através da comercialização dos produtos, entre a África e a Europa.

Neste sentido, foi necessário impôr algumas restrições aos privilégios concedidos na Carta de 1466. Com estas medidas a Coroa pretendia incrementar a produção local e também obrigar os mercadores a serem produtores, e não meros intermediários. Neste contexto foi publicado uma carta de limitação dos privilégios, em 1472. Das várias medidas restritivas contidas no documento realçamos aquela que se refere ao povoamento e organização do espaço agrário. O documento régio, ao determinar a comercialização dos produtos produzidos nas ilhas, configurou-se determinante para a fixação dos escravos no interior destas, assim como permitiu o aumento da produção e mesmo na organização sócio-económica das ilhas de Santiago e Fogo.

Do exposto, pode-se concluir que se por um lado a primeira Carta incentivou o arranque do povoamento e a segunda permitiu a consolidação e desenvolvimento económico das ilhas.

As primeiras ilhas foram povoadas, na sua maioria pelos escravos negros trazidos da Costa Africana e pelos brancos provenientes do continente Europeu.

No dealbar do povoamento os primeiros núcleos populacionais situavam-se em Ribeira Grande, capitania com melhores condições de habitabilidade. Na verdade, Ribeira Grande de Santiago constituía o núcleo populacional mais importante do país, no período que decorre entre os séculos XV-XVII. A cidade de Ribeira Grande possuía melhores condições naturais, ecológicas, climáticas e sobretudo possuía o porto, por onde se efectuavam as ligações com o exterior. *“Para os tão necessários contactos comerciais com o exterior havia o porto, que apesar das suas pequenas dimensões e de ser traiçoeiro satisfazia as necessidades dos moradores. Pode-se dizer que toda a vida do povoado e da própria ilha passou a girar em torno dele”* (BALENO, 1991: 133).

Efectivamente, o porto permitiu, para além da movimentação das pessoas, a circulação dos produtos e, com efeito, o desenvolvimento da agricultura e do comércio.

Para Semedo a *“estratégia utilizada na mobilização de colonos para a ilha de Santiago incentivou principalmente os sectores do comércio e da navegação, que rapidamente se tornaram as principais actividades económicas do arquipélago”* (SEMEDO e TURANO, 1997:45).

Portanto, a valorização da Ribeira Grande foi efectivamente resultado do comércio externo. Este sector determinou o desenvolvimento económico e social de toda a ilha. O comércio desencadeado nas ilhas de Santiago e Fogo assentava basicamente nos produtos pecuários e nos seus derivados destinados a exportação europeu – pelas ligações mercantis com a Costa de África. Por outro lado, a abertura à Guiné, permitiu o desenvolvimento de um sistema económico assente na agro-pecuária e na exportação em Santiago (SILVA, 1991: 180-181).

Sendo a primeira ilha a ser povoada e com melhores condições naturais, em consequência da carta de limitação dos privilégios foram intensificadas a cultura do

algodão, a recolha da urzela e a criação extensiva do gado, destinadas principalmente à exportação.

Para além da Ribeira Grande, outro núcleo populacional, ainda que de menor importância e vivência, foi Alcatrazes, a capitania do Norte. Esta, pela exiguidade do espaço e escassez dos recursos naturais, conheceu o seu declínio, na segunda metade do século XVI, passando a Praia a sede da capitania do Norte, e mais tarde, a categoria de Vila, em 1615 (SILVA, 1991:140).

Posteriormente, outros aglomerados populacionais surgiram no interior de Santiago, contribuindo para o aumento da população e desenvolvimento económico e social das ilhas. Portanto, o interior servia essencialmente para abastecer a cidade de Ribeira Grande de mercadorias destinados ao comércio.

Convém frisar que o povoamento do interior de Santiago desenvolveu-se com uma população maioritariamente negra constituída, sobretudo, por escravos trazidos da Costa Africana que trabalhavam “*na lavoura, no apanho do algodão, do anil, da urzela e na tecelagem dos panos*” (CARREIRA, 1983).

Devido a sua posição geo-estratégica e consequentemente ao florescimento do comércio com o exterior, a Ribeira Grande foi elevada à categoria de cidade de África e sede do Bispado em 1533, tornando assim uma das primeiras cidades de função europeia nos trópicos.

Contudo, se por um lado a situação geográfica foi a principal atracção das áridas ilhas de Cabo Verde, paradoxalmente, ela foi determinante para a estagnação e a decadência da cidade de Ribeira Grande de Santiago. Nos finais do século XVII, a cidade já apresentava sinais de declínio, o que se prolongou até meados do século XVIII, deixando a ilha de ser atractiva para o comércio. A insegurança gerada pelos ataques dos corsários, as secas constantes e a consequente perda da importância de Cabo Verde na rota do tráfico, levou a decadência definitiva da cidade, ficando a administração da ilha ao encargo dos chamados “*brancos da terra*”⁶.

⁶ Os “brancos da terra” são os naturais da ilha de Santiago herdeiros das famílias de Morgados – in: tratado Breve dos Rios de Guiné de Cabo Verde.

2.3.2. Da Formação da Cultura à Identidade Cabo-Verdiana

Desde os primórdios da ocupação de Cabo Verde e particularmente de Santiago, estiveram em contacto vários grupos que estabeleceram relações com vários povos e culturas completamente distintas. Por um lado, a cultura europeia e, por outro, a cultura africana, marcada pelas diferenças materiais e espirituais.

Para Daniel Pereira, os europeus na posição de grupos dominantes pretendiam implantar o seu próprio modelo de organização social. E na tentativa de subordinar o autóctone, forçaram a sua aculturação, introduzindo novas formas de vida e de trabalho, com destruição de certos valores culturais africanos (PEREIRA, 2005: 345).

Efectivamente, o branco, constituído na sua maioria por portugueses, acabou por impôr os padrões da sua própria cultura, tornando-se no grupo hegemonicamente dominante em relação aos negros africanos. Por sua vez, os negros, na condição de escravos, embora constituindo grupos maioritários, eram dominados e obrigados a assimilar a cultura europeia.

Na realidade, durante a colonização verificaram-se várias tentativas de imposição, proibição e até de destruição de certas práticas culturais de origem africana. Como exemplo pode-se apresentar a publicação das leis⁷ que proibiram o batuque e a tabanca por se considerarem “*manifestações de feitio inteiramente gentílico e que se não harmonizam com o estado de civilização do arquipélago em geral*”. Do mesmo modo, a língua crioula, apesar de a maioria dos vocábulos que a integra ser considerada de origem portuguesa, foi catalogada de “algarvia ridícula”.

Este combate assumiu muitas vezes um carácter agressivo e manifestou-se através da proibição por diplomas legais, limitação dos espaços de manifestação, textos escritos e periódicos.

A propósito disso, José Maria Semedo afirma:

⁷ Cf. *Boletim Oficial*, nº 13, de 31 de Março de 1866, edital que proíbe o batuque, e Portaria nº 439, de Junho de 1920 que extingue a manifestação da tabanca (SEMEDO; TURANO, 1997: 127-133).

“a oposição às manifestações culturais onde eram evidentes as influências africanas, como são os exemplos de Batuque, da Tabanca, de determinadas manifestações culturais, incluindo o Crioulo, foi expressiva, principalmente na ilha de Santiago, onde as manifestações de origem africana são assinaladas com maior abundância” (SEMEDO; TURANO, 1997: 39).

Apesar das tentativas de destruição de aspectos culturais de origem africana, o fenómeno cultural que se formou em Cabo Verde, e sobretudo nas ilhas de Santiago e Fogo, é bastante complexo e diferente de qualquer outro espaço colonizado.

Como ficou mencionado as próprias circunstâncias do povoamento de Santiago determinou o modelo de colonização adoptado pela Coroa, assim como influenciou a formação da cultura cabo-verdiana. Em Cabo Verde, principalmente nas ilhas de Santiago e Fogo, onde o modelo europeu foi implantado com maior intensidade, os escravos trazidos em grande número, desempenharam ao longo dos tempos um peso social bastante significativo.

Peixeira, entende que a realidade das ilhas não permitiu a legitimidade de uma prioridade cultural, ou privilégios de autonomia a africanos ou europeus (2003: 61).

Convém ressaltar que durante a colonização se verificou tanto a legitimação como a imposição da cultura europeia sobre a cultura africana. Ademais, numa sociedade em que os negros constituíam a maioria e que se encontravam na condição de escravos dominados, parece evidente o predomínio de uma relação de autoridade e de poder. A submissão dos escravos aos hábitos, ao regime de trabalhos severos e desumanos, às novas regras de conduta, à austeridade da disciplina imposta pelos senhores e ao comportamento desviante das autoridades que, à margem das leis, castigavam de forma desumana os escravos e os pretos livres, constituem exemplos evidentes desta imposição.

Segundo António Carreira,

“O governador Teixeira Sarmento além de acusar D. Isabel de Barros, não poupou os genros e filhos, uma espécie de régulos, usando das maiores

prepotências para os seus escravos, estando alguns acorrentados havia mais de cinco anos, dando-lhes como sustento açoitões todos os dias, e castigados de pau de pilão, motivo por que alguns se degolavam a si próprios. Uma escrava grávida foi torturada com calor de uma fogueira e de uma porção de brasas colocadas sobre o ventre, que lho assaram, tendo uma morte desesperada” (CARREIRA, 1984: 355).

Apesar disso, entendemos que a mestiçagem muito cedo, e incipientemente, se implementou nas ilhas, acompanhando todo o seu processo histórico.

Vários estudiosos são unânimes em considerar que a cultura cabo-verdiana se forjou do cruzamento entre culturas diferentes, com contributo tanto da cultura europeia, particularmente portuguesa, como da cultura africana. Por isso, considera-se que a cultura cabo-verdiana é o resultado de uma simbiose de cinco séculos de aprendizagem, de permuta entre povos e culturas diferentes, num território completamente diverso.

Semedo considera que:

“no surgimento da cultura caboverdiana não foi menos importante a influência da exiguidade do espaço insular que terá contribuído para o maior contacto entre pessoas de raças diferentes e etnias diferentes, favorecendo a mestiçagem” (SEMEDO e TURANO, 1997: 38).

Na verdade, a mestiçagem, enquanto fenómeno social e cultural, beneficiou das contingências que marcaram a história de Cabo Verde. As crises constantes, as secas e as fomes que dizimavam populações inteiras e arruinavam os grandes proprietários de terras, bem como a falência do modelo económico e social baseado na escravatura, possibilitaram o aparecimento de novas relações sociais, sobretudo na ilha de Santiago, nomeadamente a mestiçagem.

Na opinião de Peixeira,

“A profunda interpenetração dos dois tipos étnicos obedece à necessidade de obviar a escassez de capital escravo; patriarcalizaram-se, transformando-

se todos, senhores e escravos, numa família. O abrandamento dos vínculos, permitindo aos afro-negros outra possibilidade de cooperação, facilitou uma unidade temperamental, a estabilização de padrões de cultura, a harmonização de antagonismos – numa palavra, a mestiçagem” (PEIXEIRA, 2003: 64).

Derivado dessas transformações sociais emergiu a primeira sociedade crioula. O processo aculturativo e miscigenético que acompanhou a evolução histórica destas ilhas foram determinantes na definição da identidade crioula cabo-verdiana que se consubstancia numa língua própria – o crioulo –, na música, nos costumes quotidianos, ou na literatura. São estes elementos que conferem uma especificidade cultural ao novo homem mestiço que se identifica como cabo-verdiano.

Efectivamente, o cabo-verdiano muito cedo conseguiu promover uma recriação cultural, baseando-se nos elementos trazidos de diferentes origens – Europeu e Africano. O Professor Ilídio do Amaral, ao estudar o fenómeno de recriação cultural em Cabo Verde, descreveu o povo e a cultura cabo-verdiana com características singulares e distintas, manifestado como um novo tipo humano, com outra mentalidade e língua: o crioulo, nascido da fusão harmoniosa do branco com os escravos negros. Os traços desse cruzamento são nítidos e manifestam-se através de varios objectos: o pilão africano e a mó de pedra metropolitana, o batuque tipicamente africano muitas vezes acompanhado com o ferrinhos de Portugal (AMARAL, 1964).

É evidente que apesar de emergida numa sociedade escravocrata, o homem cabo-verdiano, fruto da mestiçagem, ultrapassou em grande medida a barreira da cor da pele enquanto elemento de diferenciação social, ou de qualquer atributo do mesmo género. Ora, em Cabo Verde o fenómeno da mestiçagem transcende a cor da pele e atinge o comportamento, os modos de viver, de ser e de estar.

Segundo Gabriel Mariano (1991: 80), a formação da nova identidade cultural fica-se no essencial a dever a um contínuo alargamento da área de intervenção do mestiço, tornando possível a passagem de um aglomerado heterogêneo de indivíduos para um tipo de sociedade unitária e homogênea.

De facto, entre as diferentes manifestações culturais, sobretudo na ilha de Santiago, evidencia-se com clarividência a mestiçagem. Os vários objectos e artefactos que constituem o símbolo da identidade cabo-verdiana, ilustram esta asserção. Desde os objectos de uso quotidiano, passando pela religião, a música, ou a língua crioula, encontram-se aspectos da mestiçagem.

Portanto, pode-se afirmar que a identidade cabo-verdiana foi moldada pelo próprio povo no decorrer da sua história. A este propósito, segundo Gabriel Mariano, quem lançou os alicerces da sociedade crioula foi o homem crioulo, o próprio cabo-verdiano: o negro, o mulato e o branco já aculturados (1991: 67).

É neste sentido que os intelectuais cabo-verdianos, como forma de demonstrar esta especificidade, criaram o conceito de “cabo-verdianidade”.

Manuel Veiga, considera:

“A cabo-verdianidade não é um mito nem, tão-pouco, uma fantasia ou uma alienação. (...), ela significa ser um povo, uma nação, ter um território livre e possuir uma cultura própria(...). A nossa identidade é algo que nos especifica mas, sem nos separar do verdadeiro tronco de onde procedeu esta pequena, mas significativa civilização atlântica. A nossa cultura, pois, é cabo-verdiana, mas nunca esqueceremos que Cabo Verde é África, África é Mundo e Mundo, somos todos nós” (VEIGA, 1997: 314- 318).

Em suma, pode-se afirmar que a cultura cabo-verdiana é fruto da fusão da cultura africana e europeia, influenciadas pelas condições do espaço e da evolução histórica e social das ilhas.

2. 4. Um olhar sobre o estado do turismo em Cabo Verde

Neste subcapítulo tenciona-se fazer uma abordagem sobre o estado do sector turístico em Cabo Verde e analisar as potencialidades da ilha de Santiago, enquanto destino turístico, assim como referir alguns constrangimentos desse sector no país.

Na sociedade moderna, o turismo pode ser considerado um conjunto de actividades económicas diversas, englobando uma série de acções mercadológicas capazes de produzir riquezas para muitas regiões e países. O turismo desempenha um papel importante no desenvolvimento da grande maioria das regiões. As infra-estruturas criadas para fins turísticos contribuem para o desenvolvimento local e para a criação ou manutenção de postos de trabalho, mesmo em áreas em declínio industrial ou rural.

A localização geográfica de Cabo Verde, o clima e a insularidade são factores endógenos que permitiram ao longo dos últimos anos praticar o turismo de Sol e Praia. Hoje, nota-se uma ligeira mudança, ou seja, uma tendência para se apostar no turismo de natureza, de negócios e no turismo cultural.

Com efeito, o surgimento do turismo em Cabo Verde, enquanto motor de desenvolvimento, é bastante recente, remontando aos anos 90 do século passado. Desde a independência, em 1975, até 1991, o papel do turismo na economia do arquipélago era reduzido, em virtude do regime político vigente no país. Na verdade, foi com a mudança política, a partir da referida década de 90, ou seja, com a passagem do regime monopartidário para o pluripartidarismo, que o turismo ganhou maior impulso, passando a ser considerado eixo estratégico para o desenvolvimento do país. A este propósito, Fafali Koudawo⁸ afirma: *“Em Cabo Verde, a maior ênfase colocada nos aspectos institucionais, opções ideológicas e projectos colectivos favoreceu o consenso sobre um ponto essencial: a transição é o arranque de uma nova fase de desenvolvimento institucional do País”* (2001: 52).

⁸Doutorado em Ciências Políticas pelo Institut Universitaire des Hautes Etudes Internationales de Genève; é actualmente director de pesquisa no Instituto Nacional de estudos e Pesquisa (INEP) de Bissau.

Com a abertura da economia cabo-verdiana ao investimento externo⁹ a partir de 1991, bem como a promoção do investimento externo para o sector turístico, lançaram-se as bases para o crescimento do sector (MFP; 2001).

Ainda, como forma de direccionar o investimento externo para o sector turístico, foi criada a denominada “Lei de Base do Turismo” de 1991¹⁰, tendo sido publicado o seu regulamento em 1992, intitulado Lei da Utilidade Turística.

In illo tempore, o turismo em Cabo Verde desenvolveu-se de forma categórica e, por sua vez, este crescimento deve-se ao desenvolvimento de vários factores, a saber: o desenvolvimento dos transportes, em especial, os transportes aéreos¹¹, a política de liberalização do sector dos transportes aéreos, o que permitiu o aumento de companhias de viagem com destino para Cabo Verde, principalmente as companhias *low cost*. Por outro lado, factores como o clima ameno, a diversidade paisagística, a existência de recursos endógenos de interesse ecológico e a riqueza cultural, aliados à estabilidade social e política, bem como à existência de algumas condições sanitárias e infra-estruturais, contribuíram para o crescimento do sector turístico.

Efectivamente, o desenvolvimento do turismo é notório, tanto pelos números de entrada dos turistas como pelo aumento dos estabelecimentos hoteleiros no país (ver tabela 1).

⁹ Cf. A Parte III – Organização Económica e Financeira, artº 91º, nº 4 da Constituição da República de Cabo Verde.

¹⁰ A Lei de Base do Turismo estabelece os objectivos, os princípios, os meios e os instrumentos básicos, bem como as políticas que enquadram o desenvolvimento turístico (Cabo Verde; 1991).

¹¹ Em 2005 existia em Cabo Verde apenas um aeroporto internacional, na ilha do Sal e actualmente existem quatro aeroportos internacionais distribuídos pelas ilhas de Boavista, Sal, Santiago e São Vicente.

Tabela 1
Evolução do Número de Estabelecimentos, Capacidade de Alojamento
e Entrada de Turistas em Cabo Verde

	2000	2003	2006	2009	
Número de estabelecimentos hoteleiros	88	105	142	173	178
Capacidade de alojamento	5.249	6.682	10.450	14.096	13.862
Entrada de turistas em Cabo Verde	145.076	178.379	280.582	330.319	381.831

Fonte: INE (2010).

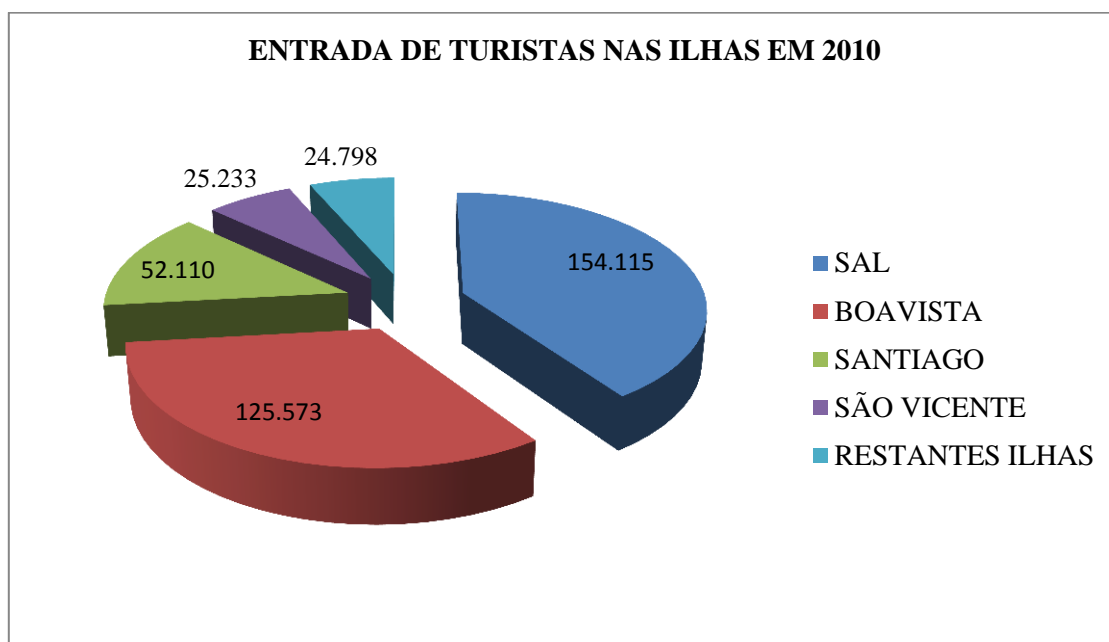
Segundo os dados do INE, ao longo dos anos verificou-se um aumento do número de estabelecimentos passando das 142 unidades de alojamento em 2006 para 178 em 2010. Em relação à capacidade de alojamento registou-se em 2010, um decréscimo em relação ao ano anterior devido ao encerramento de alguns hotéis na ilha do Sal.

Não obstante, Cabo Verde registou em 2010 um crescimento do número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros (15,6%) face ao período homólogo de 2009. O arquipélago assinalou em 2010, 381.831 mil hóspedes, mais 51.000 do que no ano anterior. Contudo, é de assinalar o aumento significativo das dormidas nesses estabelecimentos, registando-se 2.342.282 dormidas em 2010, contra as 2.021.752 dormidas contabilizadas em 2009, representando um aumento de 15,9%.

O principal mercado emissor de turismo para Cabo Verde é o Reino Unido, com 26,1 % dos turistas, seguido de Alemanha, Portugal e Itália com 15,8%, 12,8% e 11,9% das dormidas, respectivamente.

Como se pode constatar através do gráfico da figura 3, a ilha do Sal é a que recebe maior número de hóspedes (40.36%), seguida pela Boavista (32,89%) e por Santiago (13,65%). Segundo o INE (2010) estas três ilhas representam 86,9% dos hóspedes registados nos estabelecimentos hoteleiros cabo-verdianos, sendo que os restantes 13,1% se distribuem entre a ilha de São Vicente (6,61%) e as restantes ilhas do arquipélago (6,49%), designadamente as ilhas de Santo Antão, Fogo, Maio, São Nicolau e Brava (ver figura 3).

Figura 3 - Gráfico de entrada de turistas nas ilhas em 2010



Fonte: INE (2010).

Convém frisar que conforme os dados apresentados, ao longo do período 2000-2010 houve um significativo aumento, tanto dos estabelecimentos hoteleiros como o número de entrada de turistas. Contudo, entendemos que este aumento não significa,

necessariamente, desenvolvimento turístico¹², partindo do pressuposto que o desenvolvimento é um objectivo e um fim que consiste na criação de mais riqueza, mais justiça social, salvaguardando o meio ambiente e que seja sustentável, isto é, com equidade e qualidade de vida (VIEIRA, 2007: 22).

Em Cabo Verde, apesar de se verificar um crescimento considerável do turismo, considera-se que a sua importância em termos de geração de emprego directo não é muito significativa, tendo em consideração a existência de um impacto substancial na melhoria da qualidade de vida e no desenvolvimento sustentável das comunidades.

Portanto, é imprescindível que o crescimento do turismo gere riqueza, mas também que garanta um desenvolvimento que respeite os valores e a qualidade de vida das comunidades, bem como a preservação do ambiente e dos recursos naturais, as exigências de natureza cultural e a satisfação dos turistas.

Cabral (2000), entende que *“uma das estratégias para a intensificação dos benefícios económicos do turismo no desenvolvimento económico local, e que poderá ter efeito na redução da pobreza, consiste em fazer uma gestão do turismo ao nível local e em parceria”* (CABRAL, 2000: 61).

No caso de Cabo Verde, entende-se como fundamental que o desenvolvimento turístico seja integrado e complementar à sua economia, gerando um efeito positivo em todas as ilhas do arquipélago.

Segundo Beni,

“A actividade turística provoca o desenvolvimento intersectorial, em função do efeito multiplicador do investimento e dos fortes crescimentos da demanda interna e receptiva. É a actividade excelente para a obtenção de

¹² Segundo João Martins Vieira (2007), a diferença entre desenvolvimento do turismo e desenvolvimento turístico reside no facto do desenvolvimento do turismo consistir apenas no crescimento do turismo, enquanto que por desenvolvimento turístico se entende o desenvolvimento qualificado do fenómeno turístico. O desenvolvimento do turismo é apenas uma condição necessária, mas não suficiente, para o desenvolvimento turístico.

melhores resultados no desenvolvimento e planeamento regional ou territorial” (BENI, 2007: 65).

Conforme os dados analisados, em Cabo Verde o turismo ainda apresenta uma maior importância nas ilhas do Sal e Boa Vista. A ilha de Santiago apesar de ser a sede administrativa e onde fica localizada a capital do país, regista-se uma menor taxa de entrada de turistas do que nas ilhas de Sal e Boa Vista.

Entretanto, pese embora as restantes ilhas apresentarem excelentes potencialidades turísticas, vários factores explicam a fraca demanda turística, a saber: difíceis ligações aéreas e marítimas (ligações insuficientes, preços elevados, horários pouco flexíveis e duração das viagens), escassas infra-estruturas turísticas e deficiente promoção do destino turístico. Tudo isto, faz com que Cabo Verde não funcione, enquanto destino turístico encarado como um todo complementar.

Apesar disso, o Governo de Cabo Verde, ciente da importância do sector para a economia nacional, elegeu o turismo como o seu principal motor, no Plano estratégico para o desenvolvimento do turismo em 2010/13 (PEDT)¹³.

Importa realçar que se tem revelado notável o papel do sector turístico na economia nacional. Assim, segundo o Banco de Cabo Verde (BCV), a entrada de turistas estrangeiros em 2008 gerou 25,3 milhões de contos de receitas para o país, contando-se com um crescimento de 7,8 % face ao ano anterior. Por conseguinte, estima-se que o turismo contribui para 19,4% do PIB, correspondente a 60,8 % do total das receitas do sector dos serviços (BCV, 2008).

Perante este quadro, o Governo de Cabo Verde desencadeou várias iniciativas de forma a criar consensos em torno do sector. Do mesmo modo, desenvolveu-se um conjunto de acções e projectos visando estimular, promover e dar condições de sustentabilidade ao sector turístico, como sejam, o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo, a revisão do quadro jurídico do sector, a

¹³ Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Cabo Verde, 2010/2013, acedido em 19 de Março de 2012, em <https://portoncv.gov.cv/>

operacionalização do Observatório do Turismo¹⁴, a criação do logótipo da marca Cabo Verde, que será acompanhada de um Plano Estratégico de Marketing, constituindo assim, medidas de políticas fundamentais para a reestruturação do turismo. Ademais, a realização da Feira Internacional de Turismo de Cabo Verde (ExpoTur)¹⁵, assim como a criação em 2010, do Barómetro Academia Turismo¹⁶, um subproduto do Observatório do Turismo, constituem outras formas desencadeada pelos decisores para a promoção do turismo no arquipélago.

Não obstante, as medidas acima elencadas subsistem ainda alguns constrangimentos no que se refere ao investimento no sector turístico em Cabo Verde, sobretudo, a nível da saúde, da energia, do abastecimento de água, do saneamento e da mão-de-obra qualificada.¹⁷

¹⁴ Observatório do Turismo é um núcleo criado no âmbito do Ministério do Turismo, Indústria e Energia (MTIE) e intitula-se como órgão de consulta e aconselhamento estratégico. A sua área de actuação incide na Investigação Científica, no Estudo, Análise, Monitorização, Acompanhamento e Avaliação dos Impactos da Actividade Turística na Economia Nacional, bem como na Preparação de Indicadores de Avaliação em parceria com outras Instituições, tais como o Banco de Cabo Verde e o Instituto Nacional de Estatística, e no Estudo e Análise de todos os domínios que com eles se relacionam e que directa e/ou indirectamente o influenciam.

¹⁵ A Feira Internacional do Turismo teve início em 2009 e já conta com três edições. O evento é organizado pela Direcção Geral do Turismo e visa promover Cabo Verde enquanto destino turístico cultural junto dos mercados internacionais, constituindo uma forma de promover oportunidade de negócio.

¹⁶ Composto por um painel fixo de individualidades do turismo de Cabo Verde, o projecto tem como objectivo contribuir para o desenvolvimento do turismo de Cabo Verde, através da definição e implementação de estratégias que possam fomentar o desenvolvimento dos recursos locais, auxiliar as comunidades locais a perceber de que forma o turismo, enquanto actividade económica e social, poderá contribuir para o desenvolvimento e dinâmicas das Ilhas de Cabo Verde. E ainda visa a socialização dos objectivos e acções que compõem o Plano Estratégico do Turismo de Cabo Verde, bem como estimular o feedback e contributos para a sua dinamização, através de um conjunto de seminários e mesas redondas.

¹⁷ Cf. Miguel Frاسquilho (Coord.) (2010), “Cabo Verde Economic Outlook, Crise externa com impacto limitado” e “O Sector do Turismo. Dínamo de desenvolvimento”, *Espírito Santo Research*, acedido em 20 de Fevereiro de 2012, em: www.bes.pt.

Vários *fóruns* organizados para debater o turismo em Cabo Verde reconhecem que um dos maiores desafios do arquipélago consiste em fazer com que o turismo tenha condições básicas para aumentar a sua competitividade, mas apostando na qualidade do serviço prestado. Os estudos recomendam, de igual modo, a generalização da actividade turística em todo o país, evitando a concentração em apenas duas ilhas, designadamente, Sal e Boa Vista.¹⁸

Na verdade, em Cabo Verde, ao longo dos últimos anos desenvolveu-se o turismo no segmento sol e praia. Portanto, hoje é fundamental uma diversificação das ofertas culturais a fim de atrair turistas com outros interesses e concorrer com outros destinos. Assim, entende-se que a promoção do país como destino turístico deveria contemplar as múltiplas realidades que o constituem e apostar em segmentos como turismo cultural e rural, aproveitando os seguintes produtos: a cultura, as paisagens e os sítios. Considera-se essencial o desenvolvimento de ofertas estruturadas, distintivas e inovadoras, alinhadas com propostas de qualidade para o turismo cabo-verdiano que permitam competir com êxito no mercado global. A evolução do turismo a nível mundial possibilita um forte crescimento económico, mas requer, ao mesmo tempo, uma estratégia de actuação que permita responder à sofisticação da procura e das ofertas concorrenciais.

2.4.1. A Diversificação da Oferta Turísticas na Ilha de Santiago

Conforme foi referido no item localização geográfica de Santiago, a ilha é a maior de Cabo Verde e integra-se no grupo das ilhas de Sotavento.

Do ponto de vista económico, Santiago é a ilha mais importante do país. É nela que se desenvolve a actividade agrícola mais intensa do arquipélago e onde se encontra a capital económica e administrativa, a cidade da Praia.

¹⁸ Cf. <http://www.portugaldigital.com.br/noticia>

No conjunto das ilhas, Santiago, destaca-se pela sua orografia montanhosa composta por duas imponentes cadeias de montanhas, de vales sinuosos e profundos, alguns com fontes de água permanente. Possui um litoral escarpado, geralmente abrupto, de recifes negros, e interrompido, em alguns pontos, por pequenas praias de areia. Os fundos marinhos muito ricos, especialmente, na zona oriental, conferem a esta ilha grandes potencialidades para a prática de mergulho e de caça submarina. Associado a estas características, como já foi referido, o clima tropical seco são condições propícias para a prática do turismo baseado no segmento sol e praia.

Para além destes factores de atracção, os monumentos históricos são das grandes atracções da ilha, sendo de particular relevância, a Cidade Velha, a primeira cidade portuguesa em África, elevada a Património da Humanidade pela Unesco em 2009, e o Campo de Concentração do Tarrafal (CCITPC, 2010)¹⁹.

De facto, a ilha de Santiago devido ao seu vasto património arquitectónico, histórico, artístico, cultural (tangível e intangível), constitui um importante destino turístico, com enormes atractivos que podem ser transformados em produtos susceptíveis de contribuir para a promoção do turismo em Cabo Verde. Sem dúvida alguma, a ilha oferece enormes vantagens para o turismo cultural e rural. Não obstante, e apesar da relativa facilidade de transporte, o número de turistas que visitam a ilha é muito inferior ao das ilhas de Sal e Boa Vista.

Por conseguinte, o próprio Plano de Marketing Turístico de Cabo Verde tem orientações no sentido de redimensionar o turismo para outras ilhas e introduzir outros produtos como cultura, história e tradição.

Convém sublinhar que nesta abordagem iremos centrar a nossa análise na vertente do património cultural da ilha, enquanto produto turístico, e analisar o seu papel no desenvolvimento do turismo cultural de qualidade para Cabo Verde. Considera-se que o património cultural de uma região, sendo pedra basilar da identidade colectiva, constitui um vector decisivo de qualificação da oferta turística, num plano local.

¹⁹ Câmara de Comércio Indústria e Turismo Portugal Cabo Verde (CCITPC).

Segundo Olavo Correia,

“A cultura pode ser, seguramente, uma das maiores atracções turísticas de Cabo Verde, o marco da autenticidade, da originalidade e da diferença. A nossa cultura pode figurar como vector de projecção da imagem de Cabo Verde no mundo, sobretudo quando o conhecimento da história e da cultura representa um motivo que justifica as viagens de turismo realizadas pelos europeus” (2011: s/p).

Conforme foi explícito na revisão bibliográfica o turismo cultural tem como motivação principal a cultura. Neste sentido, entende-se que a diversidade cultural e as especificidades das ilhas constituem atracção para o desenvolvimento do turismo cultural em Cabo Verde. Na perspectiva de que os turistas que procuram o património cultural estão interessados em descobrir aquilo que é novo e diferente, a ilha de Santiago possui potencialidades e vastos recursos, desde os aspectos da cultura material aos da cultura imaterial. Assim, actividades como a música, a arte, as festas culturais, o folclore, o artesanato, a gastronomia, a história das regiões, as manifestações culturais (batuque, tabanca), as manifestações religiosas, e ainda as técnicas, a hospitalidade das pessoas e a própria língua crioula assumem uma atractividade que deve ser aproveitada através do segmento do turismo cultural com vista a promoção do destino Santiago.

Com efeito, a potencialização dos referidos recursos turísticos depende da capacidade em identificar e preservar os atractivos patrimoniais de índole cultural, de reconhecer e amenizar as ameaças que sobre estes recaem e, principalmente, de definir e executar a necessária articulação entre sectores público e privado, de adoptar estratégias adequadas de valorização de uma herança cultural que, pela sua unicidade, é um evidente vector de desenvolvimento do turismo cultural sustentável.

A cultura, ao ser utilizada como produto turístico, proporciona o desenvolvimento, no entanto, como nesta perspectiva também se apresenta como uma mercadoria, poderá correr o risco de uma descaracterização e banalização. Assim, cabe às autoridades desenvolver medidas de protecção de modo a salvaguardar a identidade cultural e garantir a autenticidade das tradições locais.

Por outro lado, e como já foi referido, considera-se que em Cabo Verde o potencial económico resultante da interacção entre a cultura e o turismo ainda não é inteiramente explorado. No entanto, a cultura pode desempenhar efectivamente um papel determinante na promoção de Cabo Verde, enquanto destino turístico de qualidades, servindo de marca para o arquipélago.

Capítulo III

3. Estudo de Caso: *Pano de Terra* de Santiago em Cabo Verde e as suas Potencialidades Turísticas

Neste capítulo pretende-se abordar o objecto de estudo, *pano de terra*, e avaliar as suas potencialidades enquanto atractivo turístico. De igual modo tenciona-se analisar o pano enquanto património susceptível de constituir um produto turístico, capaz de contribuir para o desenvolvimento económico das comunidades locais.

3. 1.Caracterização do Objecto de Estudo

O *pano de terra* é um tecido típico feito artesanalmente em Cabo Verde pelos artesãos em teares rudimentares e muito arcaicos. António Carreira refere-se ao pano²⁰ enquanto tecido confeccionado com fios de algodão pelos tecelões locais que assumiu papel relevante na economia e na vida social e cultural dos cabo-verdianos.

O *pano de terra* constitui um produto da indústria artesanal que foi desenvolvido nas ilhas, com a introdução dos teares em Cabo Verde. O tear artesanal, utilizado para tecer o pano é um instrumento relativamente frágil e tecnicamente rudimentar, apresentando um aspecto muito rústico. É construído com pedaços de madeira, cordas de casca de bananeira e/ou de carrapato, roldanas, carriço e outros urdimentos e funciona a pedais. Este instrumento de trabalho é construído, quase sempre pelo próprio tecelão e revela em si muita originalidade, simplicidade e irregularidade.

²⁰ Cf. CARREIRA (1983: 83). O pano usado pelas populações africanas é composto por bandas, faixas, tiras, tecidos em algodão com larguras que vão de 7 a 21 cm, bandas ou faixas em número de 4 a 13 – e em algumas regiões ainda mais – unidas entre si no sentido do maior comprimento, por cosedura das orelhas, formando assim um conjunto utilizado como vestimenta, para resguardo do corpo, como mortalha e para transportar ao dorso as crianças pequenas.

O pano era produzido com algodão que depois de colhido, limpo e fiado pelas mulheres, era produzido em cinco ou seis espécies diferentes.

Quanto à diferenciação, os panos eram distinguidos segundo a qualidade e a padronagem, a qual por sua vez está associada à beleza dos panos, influenciando o respectivo preço.

Tipos de panos

Quanto ao tipo, podem-se indicar os *panos singelos* e *panos d'obra*.

Os *panos singelos* ou também chamados *panos simples* são aqueles formados por um conjunto de bandas em cor branca ou apenas tingidas a qualquer cor. Conforme a denominação, os seus desenhos são simples, de tipo linear, cuja tecelagem não exige técnica especializada. A padronagem é do tipo mais elementar possível, isto é, apresentam simples listras longitudinais ou entrecruzadas por processos simples de tecelagem, tal como ilustra, a figura 4.

Figura 4 - Pano simples



Fonte: <http://kapverdischeinseln.ch/c-a4/pt00.html#bilder>

Antigamente eram conhecidos como: berefula ou barafula (...) ou genericamente *pano de terra*. “Foram, portanto, os panos da infância da tecelagem africana, quando ainda a arte não atingira grande aperfeiçoamento” (CARREIRA, 1983: 107). Ao longo dos tempos, as denominações dos panos alteraram-se, e a partir do século XVII

apareceram designações como *panos pretos* e *panos ordinários*. Os *panos pretos* têm a cor azul, obtida pelo tingimento do algodão e o seu preço variava entre 2.000 a 3.000 reis (CARREIRA,1983).

Os panos ordinários também conhecidos por pano “lei ou agulha” ficaram assim denominados pelo seu preço ter sido fixado por previsão prévia.

Pano d’obra

Os *panos d’obra* cabo-verdianos constituem uma das mais expressivas manifestações artísticas do arquipélago. Fazendo juz ao nome, constituem uma insigne obra de arte, ou seja, cada *pano d’obra* é, por si só, um obra de arte única. Segundo os artesãos entrevistados, o *pano d’obra* é confeccionado por duas pessoas durante 10 a 12 dias consecutivos. Na sua confecção utiliza-se a linha do algodão nas cores, preto e branco, ou ainda linhas de outras cores, conforme ilustra a figura 5.

Figura 5 - Pano d’obra



Fonte: Visitfogo.blogspot.com



Fonte: <http://www.asemana.publ.cv>

Legenda: Réplica de um *pano d’obra*

Os *panos d'obra* são tecidos pacientemente e formados por bandas cuja tecelagem implica a feitura ao tear de desenhos geométricos bastante complexos. As figuras representam diversos objectos como; casas, igrejas, embarcações, animais, símbolos como a Cruz de Cristo, estrelas, de várias pontas, rosáceas e outros.

Assim, a designação *pano d'obra* justifica-se pelo trabalho exigente, demorado, utilizando técnicas aperfeiçoadas por partes dos tecelões. Os *panos d'obra*, medem, em geral, entre 150 a 190 cm de comprimento e 13 a 15 cm de largura, podendo alterar a dimensão conforme a sua utilização e os locais onde são produzidos. Em relação a técnica de produção do pano, esta não difere daquela utilizada no continente africano, em particular na Guiné-Bissau. Contudo, cada arte é produto do seu espaço e do seu produtor. Por isso, “*da tingidura simples, ou quando muitos desenhos de tipo linear feitos no tear, passou-se aos complexos labores, formando figuras geométricas e outras de traços mais elementares*” (CARREIRA,1983: 139).

Os panos fabricados em maior quantidade é o “*pano bicho*”, devido à maior rapidez na sua execução, ao preço da matéria prima e ainda à facilidade de venda no mercado. Importa, contudo, salientar que são relativamente poucas as pessoas que dominam a técnica do fabrico do *pano d'obra*.

Para Carreira (1983), embora os *panos d'obra* se encontrem por toda a costa ocidental de África, os padrões intrincados dos *panos d'obra* de Cabo Verde e da Guiné-Bissau são os mais avançados.

3. 2. Origem e Evolução do *Pano de Terra*

A origem do artesanato e consequentemente da tecelagem do *pano de terra* está associada a descoberta das ilhas de Cabo Verde, no séc. XV. Portanto, a produção do pano está ligada ao cultivo de algodão e a vinda dos escravos da costa de África. Em particular, a produção dos panos em Cabo Verde está directamente relacionada com os

primeiros contingentes de escravos originários da Guiné, onde há muitos séculos se desenvolvera uma importante indústria de tecelagem.

Pouco depois do descobrimento de Cabo Verde, o cultivo do algodão foi estendido, pelo menos, às ilhas de Santiago e Fogo. O algodão produzido nas ilhas de Santiago e Fogo, constituiu durante muito tempo a matéria-prima para a tecelagem do pano. No início, o algodão era exportado em bruto mas, devido a concorrência de mercadorias estrangeiras e à carência de mão-de-obra escrava, o algodão perdeu a importância que tinha como moeda de troca, passando o pano a assumir relevância com “mercadoria-moeda”. Por outro lado, com a vinda dos escravos tecelões, que trouxeram com eles os teares, iniciou-se nos meados do século XVI a tecelagem dos panos. Pelo menos desde 1517 a produção dos panos de algodão era uma realidade em Cabo Verde (CARREIRA, 1983: 25).

A descrição das ilhas de Cabo Verde e da Guiné, de 1 de Agosto de 1606, do Padre Baltasar Barreira ao Padre João Álvares, afirma: “*em Santiago há grandes algodoads, de que tiram muito fruto, porque os panos que dele tecem, e o mesmo algodão, é a principal mercadoria que trazem à Guiné para o resgate dos escravos e mais coisas da terra firme*” (CARREIRA, 1983: 48).

Outro documento importante que Carreira faz referência ao tratar a origem do pano data de 1612 e 1613. Nessas cartas do governador de Cabo Verde, Francisca Martins de Sequeira demonstra a necessidade de todos os moradores receberem *panos de terra* como moeda nas suas transacções.

Segundo Lopes de Lima,

“Os moradores do sertão manufacturaram também panos, de que os teares e o método de tinturaria de modelo nas ilhas de Cabo Verde, aonde todavia os padrões são todos lisos; os finos e aveludados vestem – os eles, os fulos e os jalofofos; os grossos são vestuários dos Papéis, Felupes, Balantas, Banhuns e Biafares” (CARREIRA, 1983: 54, *apud* LOPES).

Para Carreira, a origem do artesanato implementado nas ilhas tem uma herança muito antiga, a qual se encontra radicada na sua estrutura social, nomeadamente em vários grupos étnicos. Sendo assim, neste campo de actividade, os portugueses, no início, não tiveram qualquer papel, nem na correcção das técnicas nativas, nem na introdução de outras mais evoluídas (CARREIRA, 1983: 55).

Portanto, o uso do pano e a respectiva técnica de confecção foi introduzido pelos africanos vindos da costa de África. Ainda no século XVI, como ficou explícito, encontrava-se referência à utilização dos *panos de terra*; contudo, o seu uso generalizou-se apenas a partir do século XVII.

“Com a invasão de outras mercadorias, introduzidas nos resgates pelos franceses, ingleses e holandeses, o algodão perdera muito da importância que tinha enquanto moeda de troca, não é menos verdade que a relevância dessa matéria-prima é reforçada através dos panos cuja mais-valia lhe é conferida pela mão-de-obra especializada. Era grande a aceitação que os panos tinham nos portos de resgate da Costa da Guiné pelo que quem tivesse a exclusividade de seu funcionamento certamente estaria em situação de vantagens face aos demais concorrentes. O célebre capitão George inglês Roberts, profundo conhecedor das ilhas, na década de vinte de século XVIII alude a essa demanda de panos pelos estrangeiros” (BALENO, 2002: 183-185).

No início, os panos eram confeccionados em quase todas as ilhas de Cabo Verde, que se encontravam povoadas; porém, a sua produção teve maior incidência nas ilhas de Santiago e Fogo. Convém frisar que estas ilhas apresentavam melhores condições, tanto para o povoamento como para a produção do algodão, matéria-prima utilizada no fabrico dos panos.

Após um período de grande prosperidade a produção e o comércio do pano conheceu um período de declínio, resultado da própria decadência do cultivo do algodão e da degradação social e económica das ilhas, verificada no mesmo período. Apesar do valor inquestionável do pano e do interesse que despertou por parte da Coroa e dos mercadores, pouco a pouco verificavam-se alguns sinais de crise. Em relação ao cultivo

do algodão, apesar das tentativas desencadeadas pelos proprietários de incrementar a sua cultura, no século XVIII a sua produção era quase nula.

“As causas eram várias e profundas, algumas remotas, outras mais recentes, mas todas complexas: apatia da Metrópole perante os insistentes e clamorosos pedidos de «socorro»; as políticas e os desatinos da governação local; a pouca ou nenhuma seriedade dos negociantes; os defeitos do regime agrário e do sistema de utilização da mão-de-obra; as secas cíclicas, provocadas pela falta de chuvas ocasionando frequente crises de alimentos (...); e não se pode subestimar os reflexos da Revolução Industrial numa economia extremamente débil como a destas ilhas” (CARREIRA, 1983: 67-68).

Com efeito, motivado por esses factores, o cultivo do algodão, a tecelagem, e a apanha de tintas vegetais – actividades que se encontravam interligadas –, sentiram os efeitos da crise. Na segunda metade do século XIX, concretizou-se a decadência do cultivo de algodoeiro, na maioria das ilhas, com excepção da ilha do Fogo, onde a sua exploração permaneceu ainda que com menos importância, até o início do século XX.

Convém frisar que a par dos factores descritos anteriormente e da situação sócio-económica das ilhas, outro factor também contribuiu para a decadência da panaria: a política de monopólio da venda do pano adoptada pela Coroa Portuguesa. O comércio do pano agravou-se ainda mais com a instalação da Companhia do Grão-Pará do Maranhão, em 1757 no arquipélago, no qual reservava o direito exclusivo da venda à instituição, assunto que desenvolvemos mais adiante.

Para Carreira (1983), nos finais do século XIX, o desaparecimento da confecção do pano e da tecelagem é evidente nas ilhas de Boa Vista, Brava e Santo Antão, sendo que no Fogo o cultivo permanece de forma reduzida, em apenas alguns povoados do Sul. Porém, na ilha de Santiago, por sua vez, a tecelagem do pano, com algodão local, permaneceu em pequena escala e em áreas muito limitadas.

Assim, de um período áureo de produção e comercialização do pano passou-se a uma diminuição ou quase extinção da confecção, resultando a perda do seu valor, com reflexos na economia do país.

3. 3. O Pano de Terra e o seu valor utilitário

Desde o povoamento das ilhas que o pano desempenhou um papel relevante na vida económica e social dos cabo-verdianos. A introdução do artesanato de panos no arquipélago transformou profundamente a sua economia, proporcionando-lhe alguma prosperidade e revolucionando todo o mecanismo do comércio externo. No início, a produção do pano era exclusivamente para abastecer o mercado externo, mas posteriormente passou a ser consumido pela população local. *“Expedida de começo na sua maior parte para as áreas produtoras de panos, no continente, ou exportada para o Reino, Espanha, Flandres ou «terras de cristãos», entrou, depois, no consumo das ilhas”* (CARREIRA, 1983: 29).

Em 1613, só circulavam cartas de câmbio, ordens de pagamento e papel-moeda nas ilhas, facto que gerou uma crise económica tão grande que a câmara da cidade da Ribeira Grande passou uma postura autorizando o uso de panos como moeda corrente. Isto numa sociedade que após anos de sucessivas secas e fomes (1609 e 1611), necessitava de dinheiro para comprar víveres às naus que para lá se endereçavam a tratar, facto que, no entanto, vinha rareando nos últimos tempos.

“Os comerciantes africanos apenas trocavam os escravos por pano de Cabo Verde. O governador de Cabo Verde João Pereira Corte Real disse em 1641: “Quem quiser tirar dali [Costa de Guiné] escravos há-de ser também senhor da ilha de Santiago em razão dos panos de algodão que é grão parte da fazenda para este resgate.” Quando da falta da moeda em circulação nas ilhas, “Pagavam-se vencimentos aos funcionários” em pano. Declararam-se “beneméritos os indivíduos que subsidiaram o governo local com pano [de

terra]... Nas sentenças dos tribunais...os réus são condenados a pagar multas avultadas em pano [de terra] (BARCELOS, 1899: s/p).

De facto, durante muito tempo, a importância dos panos era tão significativa no arquipélago, que nos períodos em que a moeda escasseava, se recorria ao pano para o pagamento dos salários dos funcionários. Esta situação repetiu-se “*sempre que o tesouro público tem problemas de liquidez, os panos aparecem como forma de pagamento alternativo e eram os próprios representantes do poder local que legalizavam esse meio de pagamento*” (BALENO, 2002: 185).

Assim, o que importa sublinhar é que o pano de algodão teve importância vital na economia do arquipélago, pelo menos até ao século XVIII. No período de maior florescimento, a produção alcançava muitos milhares por ano (CARREIA, 1983). Assim se justificava a produção em grande escala, registada em todas as ilhas, como forma de responder à enorme procura, tanto do mercado interno como do externo.

“Em 1756, o governador Luís António da Cunhade Eça, referido-se a este comércio, garantia que só na vila da Praia sete ou oito moradores (atravessadores) exportavam anualmente entre 3.000 a 4.000 panos, acreditando que se esse comércio fosse liberalizado podiam ser vendidos cerca de 15 000 a 20 000 por ano”.²¹

Convém frisar que a maior parte dos panos eram vendidos de forma ilegal, ou seja em forma de contrabando. E uma vez que era produzido em todas as ilhas, acredita-se que o montante da produção ultrapassava os valores referidos, naquele documento.

A título exemplificativo, pode-se dizer que a exportação legal, entre 1758 e 1778, regulava uma média de 8.635 panos, sendo que os lucros obtidos variavam de 80 a 100 % e em certos casos chegava a 200% (CARREIRA; 1983: 210-211). Isto

²¹ AHU, Cabo Verde, Papéis Avulsos, cx. 26, doc. 6, 24 de Janeiro de 1756, *apud* Baleno, *História Geral de Cabo Verde*, p. 186.

demonstra claramente as capacidades da produção manufactureira de panos de algodão nas ilhas e do volume do negócio nos períodos de maior produção.

Efectivamente, o comércio do pano determinou o desenvolvimento económico das ilhas, ao ponto de António Carreira (1983) considerar que “*sem os panos o comércio negreiro talvez não tivesse tido o êxito e as proporções que teve, nem a luta pelo conseguimento de uma das boas mercadorias desse tráfico (o pano) tomaria os aspectos altamente nocivos para nós, frequentemente denunciados em quase todos os documentos antigos. O algodão e o pano foram incontroversamente uma das mais importantes mercadorias usadas*” (1983: 31-35).

De facto, o negócio do pano era tão estruturante que a Coroa implementou inúmeras leis²² do mesmo teor que reservavam o exclusivo da produção e do comércio da panaria aos comerciantes portugueses, reafirmando a interdição expressa da venda do pano aos comerciantes ingleses e franceses (CARREIRA, 1983). Conforme referido anteriormente, com a instalação da Companhia do Grão-Pará e Maranhão²³, no arquipélago, ficou reservado o comércio do pano exclusivo a referida instituição. Estas medidas legislativas tinham como objectivo regular o comércio e debelar o contrabando do pano, embora sem efeitos práticos, levando à paralisia definitiva do negócio do pano.

3. 3. 1. Valor Social e Simbólico do *Pano de Terra*

Como ficou demonstrado acima, ao longo dos tempos, o *pano de terra* teve um papel preponderante para a economia cabo-verdiana. De igual modo, o pano teve também um importante valor social e simbólico para as comunidades do interior da ilha

²² As publicações das leis de 1687, 1700, 1717, 1721, 1733 reafirmam a interdição expressa da venda do pano aos estrangeiros. Estas leis eram severas e mandavam punir com a pena de morte a prática de comércio de panos e de algodão aos estrangeiros (Cf. Carreira, 1983: 36).

²³ A companhia foi criada em 1755 e extinta em 1798. Em 1782 existia ainda uma junta para administrar os seus bens. A Sociedade de Comércio das ilhas de Cabo Verde foi igualmente criada em 1783 e funcionou durante quatro anos (CARREIRA; 1983:41).

de Santiago, sobretudo para as mulheres, e em momentos de especial significado. Assim, o *pano de terra* era usado para amortalhamento dos cadáveres, vestimenta normal de luto e manifestações de pesar e, ainda, como roupa de praxes de carácter social. O pano era ainda usado como meio de comunicação à distância entre as pessoas do meio rural, para anunciar um acontecimento.

Por conseguinte, considera-se que a multiplicidade de funções do pano revela-se mais pertinente quando aparece ligada às necessidades quotidianas das pessoas. No início do povoamento das ilhas, o pano foi utilizado como vestuário, à semelhança de vários países africanos, sublinhando António Carreira que “*até uma época relativamente recente a gente de Santiago, do Fogo e do Maio, em particular, usava preferentemente o pano como vestuário normal*” (CARREIRA, 1983:104).

Em Cabo Verde, durante muito tempo, devido à falta de vestuário, decorrente das enormes carências e necessidades das pessoas, sobretudo no meio rural, o pano serviu como vestuário das mulheres.

De acordo com a bibliografia consultada, só no início do século XX, período em que se verificou uma profunda e radical transformação na forma de vestir do cabo-verdiano, o pano deixou de ser o vestuário exclusivo das mulheres. Porém, ainda que com menor expressão no interior de Santiago, encontramos mulheres a usarem o *pano de terra*, como acessório indispensável do vestuário, enrolado à volta das ancas, sobre a saia comprida.

Como já foi referido, o pano teve um papel económico de relevo, enquanto moeda de troca na aquisição de produtos. Assim, era frequente, “*nos períodos de escassez de alimentos, e nas épocas de fome, os agentes da Companhia do Grão-Pará e Maranhão fornecerem alimentos às pessoas e estas pagarem as dívidas em panos*” (CARREIRA; 1983:151).

Em todas as circunstâncias da vida e nas diferentes manifestações sociais e culturais, o *pano de terra* está presente, enquanto artefacto representativo da vida quotidiana das pessoas. No nascimento de uma criança, o pano era utilizado para recebê-la, assumindo função protectora. Tradicionalmente, as mulheres do meio rural têm o costume de carregar as crianças às costas e o pano era utilizado para este fim, ou

seja, para “*amarrar as crianças às costas*”. Na ilha de Santiago, as mulheres no campo realizam tarefas que exigem muito esforço físico e, neste sentido, o pano é utilizado como símbolo de força, amarrado à cintura.

O pano é ainda usado pelas mulheres para se protegerem do frio enrolado ao corpo. Segundo Carreira (1983), o pano servia também para “lambu”²⁴. Desta forma, o pano funciona como uma espécie de agasalho para as pessoas, assumindo mais uma vez, uma função protectora.

Ademais, devido ao seu valor económico, o preço do pano era relativamente elevado, podendo ser adquirido apenas por pessoas com um certo poder económico. Com efeito, este factor agrega valor ao objecto, transformando-o em factor de diferenciação social. Portanto, o uso do *pano de terra* confere prestígio e um certo estatuto social às pessoas, no sentido de que os objectos são marcas de distinção social.

Arlindo Mendes, a propósito disso considera:

“Enquanto insígnia de estatuto pessoal entre as mulheres, o uso da sulada reflectia um pouco as diferenças sociais. Se as camadas mais bem posicionadas, do ponto de vista económico e social, faziam do pano de terra um atributo do seu estatuto, os mais pobres não podiam deixar de correr atrás, para imitar os de maior posse que lhes serviam, muitas vezes, de referência. Nos funerais, as mulheres socialmente importantes, que não usavam sulada, cobriam a cabeça com o pano de terra e limpavam as lágrimas com as suas pontas” (2009:8 4).

Aqui chegados, é indiscutível que o pano teve funções bastante diversificadas, carregando um forte poder simbólico. No entender de Paz (2006), o objecto feito à mão é um signo que expressa a sociedade humana de uma forma própria: não como ferramenta (tecnologia), não como símbolo (arte, religião), mas como uma forma de vida física e simbólica.

²⁴ Segundo Carreira (1983:105), Lambu é um termo mandiga lamburó que significa trazer às costas ou ao ombro, sobre o qual se juntam as pontas do tecido. A palavra esteve na origem de uma série de outras expressões crioulas, designadamente, lambun, lambudu, lambul, lamburis ou lambunu, etc.

O *pano de terra* era usado para amortalhamento dos cadáveres, e como sinal de luto. Tradicionalmente era utilizado como presente, recomendado para a noiva, por ocasião do pedido de casamento. Assim, constituía obrigação das sogras oferecer à sua nora um exemplar do *pano de terra*.

Efectivamente, a multiplicidade do uso do pano impele-nos a reflectir acerca da ligação entre os sistemas sócio-culturais e as pessoas que os usam, no seu quotidiano.

Desta forma, os panos assumem significações diversas, estando também ligados a alguma crença popular. Por conseguinte, no dia posterior ao casamento era costume a recém-casada receber um pano, como sinal de virgindade. Neste sentido, o pano transmite um significado simbólico e cultural enquanto representação do imaginário das pessoas.

Para Arlindo Mendes,

“A descodificação da linguagem subterrânea das coisas pode ajudar-nos a compreender melhor o que se passa além de um simples olhar, que por sua vez vai determinar a nossa capacidade de entender como discernir a verdade da crença, como escrever a nossa própria história, seja pessoal ou cultural”
(2009: 100-101).

Na verdade, os objectos assumem significados que só podem ser compreendidos dentro do seu espaço e da sua cultura. Da mesma forma, eles transmitem os modos de pensar e também as crenças dos povos, permitindo conhecer a sua cultura.

Como se pode constatar, a utilidade e o valor do pano é bastante diversificado. Este artefacto, está também presente nas actividades culturais. Nas várias festividades de carácter religioso e profano, ou ainda nas cerimónias oficiais, é costume as mulheres usarem o pano atado à cintura para dançar o batuque²⁵. Actualmente, o desenho do pano é utilizado pelos professores das artes visuais, assumindo uma função educativa.

²⁵ Batuque: dança tradicional cabo-verdiana que se desenrola num ritual preciso. Numa sessão de batuque, um grupo de intérpretes (quase sempre mulheres) organizam-se em círculo num cenário

Portanto, o *pano de terra* assumiu ao longo dos tempos diferentes funções, designadamente:

- **Decorativo**, utilizado para ornamentar os espaços e ambiente; como **Acessório**; **Conceptual**, isto é, expressa a ideia de quem o produziu; **Educativo**, sendo aproveitado para práticas pedagógicas; **Utilitário**, é desenvolvido para servir as necessidades domésticas; e por último, **Lúdico**, utilizado para representar o imaginário popular.

3. 4. O Pano entre a Tradição e a Modernidade

Os conceitos são termos complexos que exigem uma análise aprofundada para expressar o seu significado. Neste sentido, importa ressaltar que neste trabalho a ideia da tradição/modernidade não deve ser vista como oposta. Tradicional não implica necessariamente ruptura com o moderno. Por conseguinte, das múltiplas definições do conceito iremos utilizar aquela que entendemos ser a mais adequada ao nosso estudo. Tradição exprime conjunto de ideias, hábitos, costumes, de uma determinada população transmitida de uma geração para outra, sendo que seu conteúdo tem uma forte ligação com o passado, a afetividade, relações familiares. Em algumas sociedades assumem o carácter de uma convicção, possuindo um forte carácter mobilizador. A tradição é, assim, tanto do ponto de vista cultural quanto dos costumes conservador, pois, ela visa transmitir e, por conseguinte, conservar determinados costumes, crenças, ideias, etc.

Enquanto nas sociedades pré-capitalistas as tradições eram mais fortes, generalizadas e resistentes, na sociedade moderna, elas são cada vez mais fracas, restritas a grupos e menos resistentes.

A tradição enquanto processo dinâmico atravessa o tempo e o espaço, estruturando práticas e sociabilidades e mesmo num contexto actual, ela adquire novo

chamado *terrero*. No interior do círculo uma mulher começa a dança amarrando um pano à cintura para “*dar ku torno*”.

sentido. Por este motivo a tradição não pode ser visto “*como a inércia ao movimento, a resistência à acção, ou o passado ao futuro*” (SILVIA; 2000:11).

A tradição deve ser vista na permanência com a modernidade. Na verdade, a tradição se repõe na modernidade em suas diversas formas, como presença e como ausência, já que elementos do passado permanecem e se atualizam no presente. Por conseguinte, hoje, a diversidade da cultura ocorre nas relações estabelecidas entre elas, isto é, acentua na diferença e não no isolamento. Assim, não faz sentido pensar a tradição e modernidade numa perspectiva de ruptura e de compartimentação. A ligação entre a tradição e a modernidade pode ser vivenciada através das festas tradicionais, dos rituais e dos objectos artesanais que foram transmitidos e que actualmente constituem factores de identificação cultural.

As sociedades contemporâneas, cada vez mais valoriza o artesanato, uma vez que através da tecelagem, um sector privilegiado do artesanato, é possível colocar em discussão a manifestação da arte contemporânea e a função utilitária dos objectos. Apesar desta actividade, o artesanato, constitui uma arte que acompanhou o desenvolvimento do homem desde os primórdios da civilização (FRANÇA, 2005), verifica-se hoje uma maior valorização da mesma, enquanto portadora de novos significados.

Efectivamente, desde a antiguidade que a tecelagem esteve sempre ligada as mais variadas necessidades do homem: de agasalho, de protecção e de expressão. Octávio Paz (1991), afirma que falar de artesanato é falar mais de pessoas do que de objectos, pois o produto resultante do trabalho artesanal é um produto com alma, onde estão presentes o saber, a criatividade e a habilidade de pessoas.

No presente caso, o *pano de terra*, objecto de tecelagem ao longo dos tempos respondeu a todas essas necessidades. Enquanto objecto de uso quotidiano e peça etnográfica cultural e símbolo da identidade do povo cabo-verdiano, o *pano de terra* evidencia a história, o saber-fazer, as ideias e o estado de espírito das pessoas.

Como já foi referido, em Cabo Verde, no primeiro quartel do século XIX, assinalou-se a queda da produção algodoeira e, consequentemente, dos respectivos produtos manufaturados. Com a decadência da cultura do algodão, provocada pela falta

de escravos, pelas secas e pelas políticas adoptadas pela Coroa, a produção do pano entrou num período de estagnação, só se reativando com a independência, em 1975.

Segundo Carreira, no final do século XIX, a tecelagem do pano desapareceu em quase todas as ilhas, permanecendo no Fogo em algumas localidades e em Santiago, nas áreas limitadas a Santa Catarina, Engenhos, Tarrafal, e em pequena escala (1983: 71).

Não obstante algumas tentativas de revitalização, o pano só se requalificou, efectivamente, no início dos anos 2000. Portanto, o “*renascimento do pano de terra*” é atribuído a determinados artistas, políticos e sobretudo a estilistas, como Fátima Almeida²⁶, que a partir desta data passou a utilizar este tecido na confecção de roupas e vários outros objectos.

Inicialmente, os panos eram nas cores preto e branco. Actualmente, devido à ousadia e à criatividade dos artesãos que os trabalham, os panos encontram-se em várias cores, conforme se pode ver na figura 6.

Actualmente, o pano é produzido com o algodão importado, devido à escassez do algodão local, apesar dos panos feitos com o algodão originário das ilhas serem muito mais macios²⁷.

Outrora, o pano enquanto objecto material tinha um forte valor utilitário; hoje o seu valor transcende o material e o utilitário, assumindo um significado cultural e intangível. O aspecto funcional do *pano de terra* deixou de ser relevante, uma vez que cresceu o seu valor no mercado.

²⁶ Fátima Almeida é uma das mais conceituadas *designer* de moda em Cabo Verde. A estilista começou a trabalhar em Cabo Verde em 2000, após a sua aposentadoria. Ela tem como marca “Fátima Almeida” e os seus produtos são originais e muito apreciados, tanto em Cabo Verde como no estrangeiro. No ano 2004, a estilista recebeu o Galardão Internacional – “Coroa Internacional de qualidade” –, pelo *Business Initiative Direction*, uma organização britânica. A estilista também já foi premiada em Nova Iorque e Alemanha. Participou ainda em vários desfiles de moda internacional em Portugal, Itália e Espanha.

²⁷ Informação recolhida junto aos artesãos entrevistados durante a pesquisa de campo.

Figura 6 - Panos feitos de várias cores



Fonte: <http://kapverdischeinseln.ch/c-a4/pt00.html#bilder>

Por outro lado, *o pano de terra* entrou na moda contemporânea cabo-verdiana. De facto, o artesanato possui valores simbólicos e identitários que a moda vem resgatando e inserindo na sociedade como elementos diferenciadores, criando assim, uma crescente demanda por produtos artesanais.

“De repente uma camisa e um vestido com a tira do pano-de-terra tornaram-se fashion. O pano-de-terra ganhou efectivamente espaço, seja numa ponta de saia ou de calça, numa manga de blusa, na alça, num decote ou na peça inteira” (FILINTO, 2005: s/p).

Actualmente, cada vez mais a globalização dos mercados leva a uma padronização dos produtos; isto obriga os consumidores a procurarem a diversidade e a especificidade noutras culturas, por exemplo, em países novos que conseguem utilizar as suas particularidades, transformando-as numa linguagem universal.

Como forma de competir com os produtos asiáticos e responder às necessidades de um mercado global, hoje em dia aumentou a consciência de que os produtos dos países em desenvolvimento necessitam de alcançar um melhor padrão competitivo, e isto não será conseguido apenas com a racionalização e optimização da produção, com a redução dos custos e a melhoria da qualidade, mas, sobretudo, com uma transformação do produto, partindo de uma estratégia que compreende a sua planificação.

Neste contexto, o *pano de terra* tem um grande potencial estético, para além de que é invulgar, o que lhe garante originalidade, conferindo-lhe um valor acrescentado decorrente dessa diferenciação.

Convém frisar que para introduzir inovações ao produto é imprescindível partir de referências locais, do conhecimento da própria cultura, a fim de se atingir o global. Para isso, é importante o papel do *design*²⁸ pois este possibilita que o produto artesanal tenha características contemporâneas, tornando-o desejável e competitivo no mercado, para além de preservar o seu prestígio.

Segundo Neves, “*quando um produto tem características regionais, terá procura no mercado, não só pela integração destas condições, mas também pela identificação material, que o consumidor faz dos seus valores e tradição*” (NEVES, 2011: 4).

Barroso afirma que um produto artesanal, por melhor que seja, deve vir acompanhando de algo que o contextualize, que o localize no tempo e no espaço (BARROSO, 1991: 21).

²⁸ Segundo a definição do International Council of Societies of Industrial Design (ICSID), o *design* é uma actividade criativa que tem por objectivo determinar as múltiplas qualidades de um objecto, processo, serviço ou sistema em todo seu ciclo de vida. Deste modo o *design* é o factor central na humanização da tecnologia e factor crucial nos processos de intercâmbio cultural e económico.

Portanto, o *pano de terra* deve ser visto como símbolo da identidade nacional e parte da cultura cabo-verdiana, com grande valor histórico e cultural, o que lhe confere um valor económico, tanto mais que o seu preço continua a ser muito elevado.

O *pano de terra*, à semelhança dos “lenços de namorados” em Portugal (NEVES, 2011), e do “Pano de Costa”, em Salvador no Brasil (CADERNOS IPAC 1, 2009), é hoje utilizado como fonte de inspiração para o desenvolvimento de novos produtos têxteis. Os *panos de terra*, são hoje em dia produzidos em cores diversas e apresentam características marcantes, como a criatividade e a beleza, conforme a imaginação dos artesãos. Actualmente, o *pano de terra* é utilizado para a criação de outros produtos, tais como carteiras, cintos, bolsas, sapatos, acessórios, e outros (figura, anexo 2).

Com efeito, o *pano de terra*, e os diferentes produtos criados, têm mercado nacional e uma grande receptividade a nível externo, embora a produção regional seja muito insuficiente²⁹, devido à falta de políticas que promovam a capacitação da mão-de-obra e que garanta a quantidade necessária do produto.

Por conseguinte, este artefacto está igualmente associado a outras formas de artesanato. Nas cerâmicas, os desenhos são feitos com inspiração da iconografia presents nos *panos de terra*. Esta criatividade proporciona, por conseguinte, uma maior diversificação dos produtos artesanais no mercado, assim como uma maior promoção e divulgação do *pano de terra*, junto dos consumidores.

Na ilha do Sal, no Centro do Artesanato, a artesã, Filomena Calha³⁰ conseguiu “*dar vida ao pano de terra através do barro*”. Através da sua criatividade e investigação conseguiu aplicar os desenhos do *pano de terra* à cerâmica, criando uma simbiose perfeita entre as cores vivas do *pano de terra* e a solidez do barro local (ver figura 7).

²⁹Cf. Entrevista de Fátima Almeida, Ideias e Negócios, *Boletim Câmara de Comércio, Indústria e Serviços de Sotavento* – CCISS, nº 9, Julho 2009, p.7.

³⁰ Filomena Calha é uma portuguesa que decidiu abrir um Centro de Artesanato no Sal, em Santa Maria, a 11 anos, a fim de dar respostas as necessidades dos turistas de ter um *souvenir*.

Figura 7 - Desenho de pano de terra aplicada a peças de barro



Fonte: www.alfa.cv

A artesã baseou-se nos símbolos da panaria dos escravos e tentou transferi-los para as peças de cerâmica, uma vez que o barro é uma matéria-prima praticamente comum a todas as ilhas, tendo ela pretendido usar também uma base local para o seu trabalho³¹.

Aqui chegados, constata-se que através da análise do *pano de terra* podem-se percorrer aos diferentes aspectos sócio-culturais do contexto popular, da relação com os outros povos, da simbologia, da expressão artística e, naturalmente, do vestuário das pessoas noutros tempos. O resultado disto consiste numa visão estética que ampara a alma, em que os desenhos e a sua simbologia, as cores vivas, e a harmonia, despertam a atenção dos observadores (figura 6).

Neste sentido, entende-se que a qualidade do produto, a diferenciação e a excelência, devem constituir factores fundamentais para a permanência do produto no mercado. Por conseguinte, é preciso compatibilizar a procura do mercado com as

³¹ Cf. Entrevista preferida ao jornal alfa comunicações de 25 de Janeiro de 2012, acedido em 10 de Fevereiro de 2012, em: http://www.alfa.cv/_index.php

potencialidades produtivas deste bem artesanal e garantir a preservação dos valores identitários do objecto enquanto artesanato.

Por conseguinte, o produto final deve ser personalizado, valorizando as tradições e a originalidade do produto artesanal. Um produto artesanal como o *pano de terra* enquanto produto de relações económicas, sociais e culturais específicas, sofre, inevitavelmente, alterações, à medida que estabelece contacto com o mercado, incorporando valores da sociedade moderna. O *pano de terra* continua a ser um produto comercial, como foi antigamente, pelo que, o sentimento que motiva a sua produção permanece. No entanto, o pano deixa de ser uma simples peça de troca, assumindo um valor cultural, enquanto peça que carrega consigo uma história e uma simbologia.

O *pano de terra* remete-nos para o tempo passado, para uma realidade cultural, onde se encontram traços intermináveis de histórias de relação entre pessoas. Neste sentido, o pano permite o resgate de uma cultura e ajuda a rejuvenescer a tradição e, com isso, o seu significado renasce. Ademais, não devemos ficar presos ao passado, mas estabelecer a comunicação entre o passado e o presente, pensado no futuro. Peter Drucker afirma que: "*o equilíbrio de uma sociedade está em sua capacidade de compatibilizar tradição com modernidade, passado com futuro*" (apud BARROSO, 2002).

Nestes termos, a aplicação dos tecidos do pano a novos produtos, mantendo as características antigas e utilizando as mesmas técnicas do passado, mas sempre virados para o presente, de modo a satisfazer as necessidades do novo consumidor, permite estabelecer a dialéctica entre as várias dimensões temporais. Entretanto, para que isso aconteça, é preciso que o produto seja diferente, inovador, exclusivo, singular e com uma história própria. Segundo Neves (2011), isso só se consegue com a utilização de *design*.

Neste contexto, existe a preocupação de como tornar o produto competitivo e não desvirtuar a sua essência original, de fabrico artesanal, isto é, sem descaracterizar e deformar os valores e as tradições, mantendo a identidade cultural.

Na esteira de Barroso (2002), é preciso desenvolver um trabalho conjunto entre o *designer* e os artesãos, na própria comunidade. O mesmo autor recomenda que se deve efectuar um trabalho de pesquisa apoiado na seguinte estratégia:

- Actualização dos produtos; Informação a respeito da origem do objecto e Elaboração do *mix* de produtos (BARROSO, 2002: 10).

Portanto, desenvolver novos produtos artesanais de referência cultural significa valer-se de elementos que reportem o produto ao seu lugar de origem, seja através do uso de certas matérias-primas ou técnicas de produção típicas da região, seja pelo uso de elementos simbólicos que expliquem as origens dos seus produtores ou dos seus antepassados.

3. 5. Identificação das áreas de Produção do Pano de Terra e a Tentativa de Revitalização.

Ao longo dos tempos, pelas razões já expendidas, verificou-se no decorrer do tempo uma diminuição significativa dos artesãos/produtores do *pano de terra*, com uma tendência natural para o desaparecimento da tecelegem deste produto. Com o tempo, diminuiu o número dos artesãos e as novas gerações procuram outras formas de sobrevivência. Hoje, em qualquer sociedade, existe uma procura premente pela origem e pelas heranças do passado. Neste sentido, o rural tem desempenhado um papel importante, e continua a ser um lugar de interconhecimento e de familiaridade muito acentuado.

Carreira (1983: 71) afirma que em apenas algumas localidades de Santiago permaneceu a tecelegem do pano, contando-se em cerca de uma centena os artesãos de ocasião, isto é, aqueles que exercem o ofício nas épocas de folga. Adianta que, em 1964, existiam no concelho de Tarrafal sessenta e um artesãos em actividades (só homens).

Hoje, a produção do pano continua a restringir-se, exclusivamente, a algumas localidades da ilha de Santiago.

Assim, ao analisar o mapa seguinte, constata-se que a confecção do pano tem maior expressividade nas localidades do interior da ilha de Santiago, designadamente:

- Tarrafal (várias localidades); São Miguel (Hortelã, Achada Bolanha, Ponta Verde e Achada Pizarra); Santa Catarina (João Dias e Sera Malagueta) e São Salvador do Mundo (figura 8).

Figura 8 - Mapeamento dos locais de confecção do *Pano de Terra* em Santiago



Fonte: Elaborado por Neusa Amarante, em 20 de Novembro de 2011, apoiado no Google map.

Ao compararmos as áreas de produção do pano hoje e antigamente, pode-se constatar que actualmente a produção do pano expandiu a outras localidades da ilha de Santiago. Porém, os números dos artesãos diminuíram significativamente.

Da análise do mapa da figura 8, pode-se constatar que as regiões onde a produção do pano sobreviveu são localidades do interior da ilha de Santiago. Acredita-se que a preservação da tradição do uso do pano, assim como a arte de tecer, nestas regiões mais encravadas da ilha, preservando a sua autenticidade, se explica pelas seguintes razões:

Isolamento das localidades, a falta de informação e sobretudo pelo desejo das pessoas em manterem viva as suas tradições, garantindo a preservação e a permanência do hábito de utilizar o pano, assim como a técnica de tecelagem. Entendemos que a população rural, devido as relações sociais persistentes, embora também perdendo cada

vez mais espaço, e menor influência dos meios oligopolistas de comunicação (Rádio, TV, Cinema, Jornais, Internet), é mais ligada à tradição do que a população urbana.

Convém frisar, no entanto, que não constitui nossa veleidade esgotar aqui esta explicação, porquanto o assunto merecerá maior aprofundamento em estudos posteriores e, eventualmente, noutros moldes e com outro alcance.

Partindo do pressuposto que o artesanato é um produto que pode reflectir, na sua forma de criar e de fazer, a história de um povo, contribuindo para o desenvolvimento sustentável das comunidades, a utilização da tecelagem do pano poderá constituir um factor de desenvolvimento económico das localidades e do país. O património cultural e os recursos naturais podem, perfeitamente, valorizar as regiões do interior. Esta valorização verifica-se em dois sentidos:

- Através do estudo e análise do património rural para conhecer o passado;
- e pela apropriação e ree invenção do património pela população.

No caso do pano, verifica-se hoje um interesse crescente, tanto por parte da população como pelas várias entidades na reativação da aprendizagem da técnica de tecelagem e de ree invenção do pano. Neste sentido, e de forma a garantir a preservação do *pano de terra*, é imperativo um trabalho concertado entre os intervenientes, de forma a garantir a sua revitalização e permitir o resgate das identidades locais e da história das localidades que o produzem.

Barreto considera que a revitalização do património tem contribuído para a recuperação de identidades locais ameaçadas em todas as partes do mundo pelo avanço de uma única cultura hegemónica, que se impôs nas últimas décadas, na música, no vestuário, na alimentação, nas formas de lazer e de consumo (BARRETO, 2000: 44).

Actualmente, os dirigentes políticos cabo-verdianos reconheceram a importância do artesanato na promoção da economia criativa do país e, por conseguinte, a necessidade de introdução de medidas profundas em relação a esta actividade, com vista a proporcionar condições adequadas, que contribuam para a expansão da actividade no mercado internacional a fim de que seja capaz de concorrer com outros produtos.

Neste sentido, o actual Governo tem implementado um conjunto de medidas que visam a promoção e revitalização do artesanato nacional. Recentemente, o Ministério da Cultura e a Direcção Nacional de Artesanato realizaram em parceria com a Câmara Municipal de S.Vicente o Fórum Nacional do Artesanato (FONARTES)³². No Fórum foram apresentadas algumas medidas, a saber: a criação de um Centro Nacional de Artesanato, de uma Rede Nacional de Distribuição de Artesanato (RENDA) e um selo “*Created in Cabo Verde*”, como forma de certificação dos produtos artesanais. Outras medidas, como a institucionalização da feira anual de artesanato, na ilha do Sal, e a implementação do Banco da Cultura, destinado a financiar projectos culturais, nas mais diferentes áreas, foram ainda apresentadas aos participantes (IIPC, 2011).

Espera-se que estas medidas sejam operacionalizadas de modo a contribuir para redimensionar o artesanato nacional em geral e a tecelagem do *pano de terra*, em particular, tendo em conta que este produto está ligado aos diferentes aspectos culturais cabo-verdianos, transformando-se num símbolo da identidade do povo.

Com efeito, as Câmaras Municipais e as Organizações não governamentais (ONGs) têm promovido acções de formação, assim como a realização de feiras locais com a participação dos artesãos, a fim de permitir a divulgação/promoção e revitalização do artesanato nas ilhas. Importa frisar que a cultura é dinâmica, dependendo das relações sociais, constituindo uma herança que deve ser transmitida às gerações futuras. Da mesma forma o património não deve ser entendido apenas como um vestígio tangível do processo histórico. Algumas manifestações do homem destroem-se e desaparecem, esgotadas na sua funcionalidade e significado. Portanto, a preservação do património depende da escolha e da selecção consciente de um grupo significativo da população em legar estes bens ao futuro. Ou seja, existe uma escolha cultural subjacente à vontade de legar o património cultural às gerações futuras e logo uma vontade de continuidade do indivíduo em conservar aquilo que de melhor possui, quer material, quer imaterial. Como afirma Ballart, a noção de Património surge quando

³²O Fórum foi realizado em Novembro de 2011, no Mindelo em São Vicente, Sob o lema “Um Futuro Antigo na Nha Mon”, o evento tinha por objectivo analisar o artesanato nacional e a sua contribuição para o desenvolvimento da economia nacional. O Fórum teve a participação dos artesãos de todas as ilhas do arquipélago.

um indivíduo identifica como seus um objecto ou um conjunto de objectos (BALLART, 1997:1 7).

Hodiernamente, as pessoas têm consciência da sua cultura e reconhecem-na como um elemento significativo da identidade do grupo. “*A cultura já não é mais vista como objecto em si, mas como um conjunto de práticas inevitavelmente tocadas por processos de patrimonialização, mercantilização e turistificação; a tradição e a inovação misturam-se*” (LEAL, 2009: 293). Portanto, espera-se um trabalho de parceria de todos os agentes com interesse no desenvolvimento sustentável do país, que permita a utilização do artesanato e do *pano de terra* como produtos atractivos para o turismo.

3. 6. A Patrimonialização do *Pano de Terra* e a sua Preservação

Neste subcapítulo pretende-se classificar o *pano de terra* enquanto património, partindo das concepções teóricas sobre o património cultural, já tratado ao longo deste trabalho. Da mesma forma, considera-se importante analisar o estado da preservação e conservação do *pano de terra*.

Com este entendimento e por uma questão pragmática, para evitar repetições, iremos abordar de seguida a questão da patrimonialização do *pano de terra* e da sua conservação.

Actualmente, o património cultural está a ganhar uma importância cada vez maior em todas as sociedades. Não somente os bens tangíveis ou materiais viram realçado o seu valor, mas também ganhou visibilidade uma nova qualificação de património, o património cultural imaterial ou intangível. A valorização desse tipo de património visa apreender aspectos da vida social e cultural, não contemplados pelas concepções mais tradicionais de património.

Assim, o património cultural pode ser classificado como conjunto de bens materiais (tangíveis) e imateriais (intangíveis), não só as edificações e os monumentos históricos ou as manifestações artísticas, mas todo o fazer humano, tudo que o ser

humano produz, de todas as classes sociais, tanto as mais quanto as menos favorecidas (BARRETO, 2003: 11). Ou seja, património cultural é tudo aquilo que constitui um bem apropriado pelo homem, o que ele produz e que seja importante com características únicas e particulares e que se transmite de geração em geração e é constantemente recriado pelo homem (IPHAN, 2005).

“Entende-se por património cultural o conjunto de todos os bens materiais ou imateriais, que, pelo seu valor intrínseco, são considerados de interesse e de relevância para a permanência e a identificação da cultura da humanidade, de uma nação, de um grupo étnico ou de um grupo social específico” (VOGT, 2008: 1)”.

Baseando-nos nesta definição, podemos classificar o *pano de terra* como património cultural, uma vez que constitui um bem material relevante para a identificação da cultura cabo-verdiana. O *pano de terra*, enquanto objecto artesanal, constitui um bem móvel. Não obstante, pode ser classificado como um bem imaterial, na perspectiva de que *“um objeto incorpora a dimensão material, ou o suporte da informação, e a dimensão imaterial, ou o significado que lhe foi atribuído e que o conduziu à inclusão na categoria património”* (TELLES, 2010: 122).

Na óptica de Magalhães,

“Todo o património tem a sua vertente material bem como o significado que o suporte carrega, e que pode ser denominado de imaterial. O património imaterial possui ele mesmo um suporte material que pode ser classificado de património também. Ambas as dimensões coexistem num mesmo bem cultural” (MAGALHÃES, 2011: 2).

Neste sentido, considera-se que num objecto se torna indissociável a vertente material e imaterial. Portanto, não se deve considerar como património somente a parte física do objecto. Um objecto tem em si, não somente a presença da forma e dos

materiais com que foi construído, mas também guarda todas as relações de produção da sociedade que o criou. No caso do *pano de terra*, para além da dimensão material, deve-se também valorizar os modos de saber fazer, isto é, a arte de tecer e todo o seu simbolismo. Por outro lado, enquanto bem cultural, o pano carrega consigo um significado que lhe confere uma dimensão imaterial. O *pano de terra* pelo seu valor cultural, simbólico e histórico, permite manter vivo o sentimento da identidade e continuidade do passado de um povo. Pela sua especificidade e diversidade este património, *pano de terra*, pode ser um factor de ligação ente povos e culturas diferentes, pois o valor mais importante do património cultural é a diversidade.

Efectivamente, o pano representa uma amálgama do cruzamento de culturas e, consequentemente, produto da interculturalidade entre África, Europa e América, na rota da escravatura. O pano transporta em si os valores intangíveis da realidade cabo-verdiana, constituindo assim, a marca de identidade do cabo-verdiana e, logo, um legado que deve ser preservado e valorizado de modo a manter viva a memória colectiva desse povo.

Assim, para além de desenvolver um estudo aprofundado do objecto, *pano de terra*, é absolutamente necessário garantir a sua preservação para que se torne vivo e cumpra a função de transmitir a memória da época.

Preservação do *pano de terra*

De acordo com a Carta Internacional sobre o Turismo Cultural (ICOMOS), quer o Património material quer imaterial deve ser preservado. Hoje, com o fenómeno da globalização, mais do que nunca, reconhece-se a necessidade de preservar manifestações produzidas pelo homem, sejam elas materiais ou imateriais.

Ademais, existe actualmente grande interesse por parte do turismo na preservação e reabilitação do património e dos recursos turísticos, uma vez que estes constituem importantes factores de atracção e promoção da actividade turística. Assim sendo, alguns autores defendem uma parceria entre a gestão do património e do turismo. O ICOMOS ressalta a interacção existente entre Património Cultural e o Turismo, a saber: o turismo pode captar as características económicas do património e servir-se

disso para a conservação através de criação de fundos, educando a população e influenciando a autoridade na tomada de decisão (ICOMOS, 1999).

Para os defensores desta posição, a preocupação e o desafio na actualidade consiste em encontrar um equilíbrio entre a conservação do recurso e a mercantilização do sector do turismo cultural. O objectivo consiste em gerir o perigo que uma massificação do turismo pode acarretar para o Património. De facto, o turismo pode trazer consequências nefastas para o património, uma vez que pode acabar por desvirtuar e destruir um produto frágil, como a cultura. Da mesma forma, poderá levar a descaracterização dos recursos e desvirtualizar o significado cultural do património. Por conseguinte, como ficou explícito ao longo do texto, o turismo sustentado permite minorar as consequências negativas em relação ao património e a cultura.

Portanto, cabe aos poderes públicos, a adopção de medidas que visem a preservação dos recursos e dos patrimónios de modo a garantir a sua continuidade (ICOMOS, 1999).

Neste sentido, Cabo Verde estatui na Constituição no art.º 79º, epígrafe – Direito à Cultura, nº 3, alínea c) o seguinte:

“É tarefa do Estado promover a salvaguarda e a valorização do património cultural, histórico e arquitectónico”³³.

Relativamente à preservação do *pano de terra*, podemos constatar, através das visitas efectuadas aos museus, durante a pesquisa de campo e pelas informações obtidas junto dos técnicos que trabalham nos museus, que o artefacto encontra-se exposto em todos os museus do país. No entanto, ao analisar o estado da preservação do pano,

³³ Cf. *Boletim Oficial de Cabo Verde*, nº 52, 29 de Dezembro de 1990. Por sua vez, a Lei nº 102/III/90, que tem por objecto a preservação, a defesa e a valorização do património cultural cabo-verdiano, define património cultural como “o conjunto de bens materiais e imateriais criados ou integrados pelo povo cabo-verdiano ao longo da sua história, com relevância para a formação e o desenvolvimento da identidade cultural cabo-verdiana. Segundo esta lei o Estado tem a obrigação de “preservar, defender e valorizar o património cultural do povo cabo-verdiano, incumbindo-lhe criar e promover as condições necessárias para o efeito”. O mesmo artigo diz que também as autarquias locais têm essas obrigações nas áreas da sua jurisdição e nos termos da competente legislação.

depara-se que do ponto de vista da cultura material, o espólio encontra-se conservado, todavia, do ponto de vista da história da memória colectiva as colecções são muito pobres.

Vários autores, como (BRITO, 2006), (MAGALHÃES, 2005) entendem que os museus constituem o veículo prioritário de demonstração, conservação, preservação e revalorização dos objectos. “*O objecto vê-se atribuído de valor quando é protegido, conservado ou reproduzido*” (POMIAN,1984:72).

Cury (2006), entende musealização como a valorização dos objectos. A musealização na sua acepção poética, constitui o resultado da acção do museu ao recolher fragmentos na cultura material e atribuir-lhe significados e valores. Portanto, esta valorização é que caracteriza a musealização que ocorre com a transformação de objectos do seu local de origem para ser inserido em um acervo de museu, ou então no próprio local.

Neste sentido, considera-se que a preservação no museu depende de cuidados especiais por parte dos técnicos que diariamente lidam com o acervo. Ora, não basta apenas guardar um objecto, é preciso também conservá-lo, zelando pela sua integridade, de modo a evitar que este se transforma em «cemitérios de objectos» (LIRA,1999).

Segundo Brito, “*os museus são a expressão maior de protecção e divulgação do património material, mas é no âmbito do imaterial que o museu deve construir os seus problemas, exercitar a sua crítica, fazer a experimentação*” (BRITO; 2006: 160).

No processo de musealização existe um conjunto de acções em relação ao objecto musealizado, designadamente: a aquisição, a pesquisa, a conservação, a documentação, a comunicação e por fim a divulgação/exposição, tendo sempre presente que estas devem constituir um processo dinâmico e vivo (CURY,2006). Ao longo dos tempos, o conceito de museologia evoluiu, assumindo significado diverso e abrangente. Actualmente, existem vários tipos de museus. Segundo Pérez, a museologia social procurará visualizar mais conceitos do que objectos. Ela pode testemunhar o passado, mas interessa-se vivamente pelo presente, realizando uma aproximação informal e comunicativa (PÉREZ, 2009:181).

No caso vertente, pode-se aferir que pese embora algum trabalho de pesquisa, é preciso um trabalho mais completo, principalmente no que tange à apresentação e comunicação da peça musealizada.

Do exposto, compreende-se que as peças musealizadas devem comunicar com os visitantes, uma vez que os principais visitantes do museu são os estudantes e os turistas. Por esta razão, considera-se que as salas temáticas deveriam estar organizadas com propósito educativo e de uma forma mais funcional. Constatou-se, igualmente, que o artefacto *pano de terra* é um mero objecto exposto, constituindo “*testemunho mudo do passado*” (LIRA, 1999). Não existe uma recriação do ambiente, onde se possa contextualizar o *pano de terra*.

Segundo Lira (1999),

“A crença de que apenas a preservação do objecto permite conhecer um passado, ou permitirá no futuro conhecer o "hoje", é uma ilusão traiçoeira: as memórias deterioram-se muito mais depressa que a maioria dos testemunhos materiais a elas associados e investir nestes descurando aquelas é um mau investimento”.

Portanto, deve-se ter presente que a musealidade é uma característica do objecto que espelha um contexto, um lugar de origem que estando fora, no tempo presente permite a comunicação entre o presente e o passado. Com efeito, para além de outras funções, o objectivo fundamental do museu é hoje, mais do que nunca, a transmissão de conhecimentos. Os museus são portanto, *excelentes produtores de conhecimento, mesmo aqueles que têm sobreposto o propósito de lazer e estético ao didáctico* (MAGALHÃES, 2005: 59). Assim, no caso do objecto em estudo, *pano de terra* e a sua preservação, entendemos que para que o museu seja um espaço privilegiado de transmissão do conhecimento e de história, é fundamental que o artefacto seja não só conservado e preservado, como também recriado no seu contexto histórico, não descuidando a valoração e o significado do objecto.

3. 7. A Certificação do *Pano de Terra*

Ao longo do trabalho referiu-se que o *pano de terra* constitui um símbolo da cultura cabo-verdiana e um atrativo turístico que poderá ter papel relevante no desenvolvimento das comunidades locais. Por outro lado, sendo o pano um património cultural considera-se que a sua certificação constitui uma forma de preservação e protecção importante, que permite garantir a sua qualidade, o mesmo se verificando quanto a outros produtos artesanais.

A marca, para além de ser a identidade visual do artesanato local, comunicará aos turistas e aos consumidores uma confiança sobre o produto que adquire. Por conseguinte, ela agrega valor e funciona como um selo de qualidade para os produtos artesanais. Representa, ainda, um primeiro passo na promoção e viabilização económica do produto artesanal, assim como constitui uma forma de protecção legal, que consubstancia um direito do consumidor, enquanto garantia de que aquele produto que adquiriu é genuíno e que cumpre as normas estipuladas. A protecção do pano possibilita de igual modo a defesa dos produtores que previamente se organizam para estarem acreditados quanto à respectiva produção. A marca garante, ainda, a possibilidade de salvaguardar o património e os produtores, protegendo-os face à concorrência estrangeira.

Em Cabo Verde, nos mais diferentes espaços comerciais, como sejam, as lojas, os mercados ou as ruas, encontram-se produtos de origens diversas, particularmente, oriundos da costa de África, a serem vendidos como se fossem produtos do artesanato local. Portanto, este fenómeno contribui tanto para a descaracterização do artesanato local, como para a perda de estímulo por parte dos artesãos.

Entretanto, a originalidade e a qualidade do *pano de terra* de Santiago, atingiram um certo grau de perfeição e notoriedade, ao ponto de hoje, por exemplo, quer na arquitectura, na literatura, na música, na poesia, nos nomes de revistas, etc., se notar a preocupação do *designer* em associá-lo a estas manifestações.

Recentemente, em Novembro de 2011, o Governo de Cabo Verde através do Ministério da Cultura, criou o selo de certificação do artesanato³⁴ e espera-se que efectivamente esta medida venha contribuir para a protecção do artesanato nacional em relação à concorrência estrangeira, assim como permitir a divulgação dos produtos artesanais a nível internacional.

3. 8. O Pano de Terra enquanto Recurso Turístico

Antes de aprofundar este tema convém fazer uma distinção entre os dois conceitos, a saber: recurso turístico e produto turístico. Apesar de muitas vezes serem tratados como sinónimos, na verdade são conceitos diametralmente opostos.

Para Dias, *“o recurso turístico pode ser definido como todo elemento que por si mesmo ou em combinação com outros seja capaz de gerar deslocamentos turísticos”* (DIAS, 2005: 61).

O recurso turístico é uma fonte de motivação e de inspiração que, trabalhado, poderá ser um “produto turístico”. Portanto, os recursos devem ser trabalhados para se transformarem em produtos, uma vez que os recursos “em si” não têm valor turístico. Segundo Barreto (1991), o recurso turístico é a matéria-prima com a qual se pode planificar o turismo num determinado local. De acordo com Dias (2003: 58), há uma variedade de recursos turísticos que podem atrair os visitantes.

Por sua vez o produto turístico é o resultado da soma de recursos naturais, culturais e de serviços. O produto turístico constitui algo que pode ser oferecido a um mercado e constitui algo de tangível ou intangível. Entre os tangíveis estão os bens, os recursos, as infra-estruturas e os equipamentos; entre os intangíveis estão os serviços, a gestão, a imagem da marca e o preço.

³⁴Cf. <http://www.iipc.cv/index>, acedido em 02 Abril, em 2010.

Segundo Kotler (*apud* Henriques, 2003: 121), o produto turístico é qualquer coisa com a capacidade de satisfazer as necessidades humanas e possível de ser trocada por outra mercadoria, a um determinado preço.

Por conseguinte, o produto formado por uma multiplicidade de bens e serviços constrói-se através de recursos de várias ordens: natural, cultural e artificial.

Segundo a classificação apresentada por Beni (2007: 28), os recursos turísticos podem ser:

- 1- Materiais, incluindo monumentos, museus, galerias de arte, praias e outros, e imaterial, constituído por (clima, paisagem e outros);
- 2- Imóveis, ou seja, terrenos, casas, hotéis, museus, galerias, e outros, e móveis, compreendendo produtos, gastronomia e artesanato;
- 3- Duráveis ou perecíveis, tais como produtos artesanais ou produtos gastronomia;
- 4- De consumo, ou seja, bens que satisfazem directamente as necessidades dos turistas e de capital (os que são utilizados para a produção de outros bens);
- 5- Básicos, complementares e interdependentes;
- 6- Naturais ou artificiais.

Dias (2005:59) trata os recursos turísticos dividindo-os em naturais ou culturais. Partindo desta tipologia de recursos turísticos, pode-se classificar o *pano de terra* como um recurso cultural, móvel e durável.

Do ponto de vista da promoção turística, Acerenza (1991: 8) entende que o produto turístico é composto de atractivos, ou seja, todo o lugar, objecto ou acontecimento de interesse turístico que motiva a deslocação de pessoas para conhecê-los.

No que respeita às atracções, enquanto elementos centrais na estruturação do produto, a sua natureza é múltipla, o que proporciona diferentes classificações: atracção

natural; atracção construídas, atracções culturais; atracções sociais (HENRIQUES, 2003: 123).

Partindo desta classificação, o *pano de terra* pode ser considerado como uma atracção de índole sócio-cultural. Por conseguinte, constitui um atrativo na cadeia de produção turística, da ilha de Santiago e de Cabo Verde em geral.

O pano enquanto recurso turístico móvel pode passar directamente do produtor ao consumidor/turista, no próprio local de produção, ou pode passar pelas outras actividades de produção e de distribuição e chegar ao consumidor/turista.

Na sociedade contemporânea, a relação entre turismo e cultura tem vindo a modificar-se à medida que se aumentam os fluxos de pessoas a viajar por motivações de ordem cultural e à medida que esta vertente turística tende a conseguir ultrapassar os perímetros das elites, em cujo interior se alojou no passado. Neste contexto, a cultura perspectiva-se como uma atracção, como um recurso comercial e também, no sentido abrangente, como cultura do país hóspede que ocorre no acto de receber o turista (BURNS, 1995).

Conforme ficou explícito na revisão bibliográfica, o turismo cultural tem como motivação principal a cultura. De facto, os factores culturais são os canais pelos quais uma localidade turística se apresenta, seja pelo artesanato, folclore, gastronomia, arquitectura histórica e típica, ou pela música, constituindo as formas diversificadas como os povos se mostram. Deste ponto de vista, o turismo usa a cultura enquanto produto consumível.

Portanto, o processo de mercadorização da cultura coincide com um outro, que é o da turistificação da cultura (Henriques, 2003: 144). Como salienta Ashworth (1995), falar de turismo cultural é falar de cultura enquanto produto turístico. Neste prisma, impõe a necessidade de considerar a oferta e a procura cultural e os seus respectivos interlocutores.

“Por definição todos os recursos culturais estão latentes até que sejam activados pelo uso turístico. Os recursos históricos tendem então a ser “criados” e “activados” pelo processo de conservação. sob esta perspectiva,

que se entende que o turismo pode implicar a própria criação de cultura”
(HENRIQUES, 2003: 144).

No processo de mercadorização da cultura os recursos, após uma selecção, podem ser transformados em produtos através da interpretação e apresentação.

Segundo Henriques (2003), as atracções turísticas devem ser sempre recriadas de forma a manter a novidade do consumo. Desta forma a utilização do capital cultural e simbólico associado a lugares específicos, pode constituir um bom atractivo, garantindo a novidade do consumo. Neste sentido, um dos grandes desafios do Turismo, em Cabo Verde consiste em aproveitar as especificidades locais e regionais conscientes de que esta será uma estratégia para o desenvolvimento de um Turismo Sustentável.

É nesta perspectiva se considera que o *pano de terra* enquanto um recurso específico e inovador pode ser transformado em produto turístico, logo constitui um atractivo turístico. Através da interpretação e apresentação o pano, transformar-se em património cultural, acrescentando valor ao produto e tornando-o comercializável.

Covém frisar que o pano, enquanto recurso turístico, deve ser visto como produto somatório dos produtos temáticos que o envolvem e que permitam a potencialização de uma oferta cada vez mais diversificada. Porém, considera-se que o *pano de terra* só poderá transformar-se em produto turístico, quando considerado como um produto estruturado, associado a um conjunto de serviços, nomeadamente: os circuitos; transportes e equipamentos; oficinas, onde se possa observar a tecelagem do pano; o alojamento e a restauração; a acessibilidade, a sinalética dos lugares; o folheto e brochuras informativas.

Na perspectiva de que o produto artesanal desperta o interesse dos turistas, a comercialização do *pano de terra* encontra no turismo o seu maior aliado e pode contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades. “*Quem compra artesanato, está comprando também um pouco de história. Nem que seja a sua própria história de viagens e descobertas*” (BARROSO, 2002:10). Neste sentido, e uma vez que as atracções têm um ciclo de vida e estão sujeitas ao crescimento e ao declínio, o

planeamento dos recursos é fundamental, de forma a garantir a sua preservação e a fim de que se revertam em benefício das comunidades.

Com efeito, para que o turismo contribua para o desenvolvimento sustentável das comunidades é fundamental que o sector turístico seja planificado, tanto a nível nacional, como a nível local. Para o efeito, é exigível a participação dos diferentes agentes que possam intervir e organizar formalmente a política turística. Entre esses agentes destacam-se o Governo, os empresários, as ONGs e as próprias comunidades locais. O turismo sustentável está ligado às pessoas interessadas, cuja participação deverá ser equilibrada, sendo o envolvimento das populações de suma importância. Portanto, o turismo sustentável leva necessariamente ao desenvolvimento das comunidades e à melhoria da qualidade de vida das populações.

Assim, para ser consistente e sustentável, o desenvolvimento local deve aproveitar e explorar as potencialidades existentes, contribuindo para elevar as oportunidades sociais, assim como a viabilidade competitiva da economia local e, simultaneamente, assegurar a conservação dos recursos naturais locais, que são a base das suas potencialidades e condições para a qualidade de vida local. Buarque considera que “*o desenvolvimento local é um processo endógeno de mudanças, que leva ao dinamismo económico e a melhoria de qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos*” (2004: 23).

Ora, é evidente que a tecelagem do *pano de terra*, enquanto artesanato pode contribuir para o desenvolvimento sustentável local. Por sua vez, a produção e comercialização do pano, partindo dos princípios de planificação do produto, possibilita a garantia do auto-sustento dos produtores/vendedores e de todas as comunidades envolvidas.

Capítulo IV

4. Fundamentação Metodológica

Este capítulo inicia-se com algumas reflexões sobre o estudo de caso. Procura-se, assim, explicar as razões da escolha desta metodologia de investigação - *estudo de caso* - aplicado ao objecto de pesquisa, “*pano de terra*”. Procurou-se ainda reflectir sobre os instrumentos e métodos utilizados na recolha de dados.

4. 1. Estudo de Caso

Numa investigação de cariz qualitativa existem muitos métodos a que se pode recorrer. Todavia, quando se pretende investigar um fenómeno contemporâneo dentro do seu contexto de vida real, não existindo uma clara distinção entre o fenómeno e o contexto, recorre-se à investigação empírica do tipo “estudo de caso” (Yin, 2005: 32). No “estudo de caso” as questões da pesquisa centram-se no “como” ou no “porquê” e a estratégia de investigação é abrangente, recorrendo a várias fontes de evidência e a diversas triangulações de dados.

Yin (2005: 61-67) considera ainda que um projecto de caso único justifica-se quando o caso representa (a) um teste crucial da teoria existente, (b) uma circunstância rara ou exclusiva, (c) um caso típico ou representativo, (d) o caso serve um propósito revelador ou (e) longitudinal.

Este mesmo autor concebe como estratégia de pesquisa, que os estudos de caso podem ser estudos exploratórios, estudos descritivos e estudos explanatórios, dependendo do tipo de questão da pesquisa, da extensão de controlo que o investigador tem sobre eventos e do grau de enfoque em acontecimentos contemporâneos em oposição, a acontecimentos históricos.

No presente estudo, a estratégia de pesquisa, focaliza-se no “estudo de caso”, como tipologia de caso único de características descritivas em que se pretende adquirir

o conhecimento do fenómeno estudado a partir da exploração intensa de um único caso. Actualmente, é cada vez mais frequente aplicar esta modalidade de pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais.

Segundo Yin (2005), o estudo de caso representa uma investigação empírica e compreende um método abrangente, com a lógica do planeamento, da recolha e da análise de dados. Pode incluir tanto estudos de caso único quanto de múltiplos, assim como abordagens quantitativas e qualitativas de pesquisa.

Neste estudo de caso sobre as “potencialidades turísticas do pano de terra da ilha de Santiago, em Cabo Verde”, utilizou-se para a pesquisa a abordagem qualitativa que consiste na análise e interpretação dos dados recolhidos da bibliografia e das entrevistas efectuadas.

Por conseguinte, a investigação qualitativa requer como atitude fundamental a abertura, a flexibilidade, a capacidade de observação e de interação com o grupo de investigadores e com os actores sociais envolvidos. Os seus instrumentos costumam ser facilmente corrigidos e readaptados durante o processo de trabalho de campo, visando as finalidades da investigação.

Na abordagem qualitativa, segundo Michel (2005: 33),

“[...] a verdade não se comprova numérica ou estatisticamente, mas convince na forma de experimentação empírica, a partir de análise feita de forma detalhada, abrangente, consistente e coerente, assim como argumentação lógica de ideias”.

A metodologia a ser utilizada neste estudo enquadra-se num paradigma interpretativo formulado em termos de acção, e o estudo de campo é um desses exemplos. A este respeito, Neto (2002) assegura que o estudo em apreço deve estar ligado a uma vontade e a uma identificação com o tema a ser estudado, o que permite uma melhor realização da pesquisa proposta.

Para levar a cabo esse desiderato, recorreremos a recolha de informação através da pesquisa bibliográfica e apoiamo-nos na técnica de entrevista semi-estruturada, com

a finalidade de reunir um vasto número de informações sobre o tema. Esta abordagem insere-se nas novas tendências do paradigma do relativismo que defende que as técnicas de investigação e de análise de dados devem ser seleccionadas e combinadas em face dos objectivos da investigação. A entrevista permitiu obter dados referentes aos indivíduos entrevistados, isto é, suas atitudes, valores e opiniões sobre o *pano de terra* e sua importância no desenvolvimento económico local. Esses dados só poderiam ser conseguidos com a contribuição dos artesãos produtores do pano.

4. 2. Etapas do Estudo Realizado

A primeira fase do trabalho consistiu no levantamento bibliográfico sobre o tema. A pesquisa bibliográfica seleccionada entre autores nacionais e estrangeiros teve como referência estudos alusivos ao tema, *pano de terra*, e ainda suportou-se em autores que abordam os conceitos de património cultural e de turismo cultural. A pesquisa bibliográfica procurou, de igual modo, examinar a relação entre o património e a sua apropriação pelo turismo.

A segunda fase da pesquisa baseou-se fundamentalmente na escolha e selecção da técnica de recolha de dados, assim como na elaboração do roteiro das entrevistas. Neste estudo, a técnica de pesquisa utilizada foi a entrevista semi-estruturada que possibilitou a manutenção de um tipo de conversação com um grau de profundidade relativa e com menor grau de subjectividade que numa entrevista não estruturada (JENNINGS, 2005).

Posteriormente, deslocamo-nos às localidades para estabelecer o contacto directo com os artesãos/produtores e aplicar as respectivas entrevistas. Antes do início das entrevistas foi feita a apresentação dos objectivos e pediu-se a autorização para gravar e utilizar o seu conteúdo. A entrevista semi-estruturada, por sua vez, envolveu questões abertas, que foram tratadas de forma qualitativa através da análise do conteúdo. A natureza semi-estruturada do guião da entrevista revelou-se fundamental

em virtude da flexibilidade dos diálogos estabelecidos: note-se, por exemplo, que as respostas das entrevistadas levaram à enunciação de outras questões.

As entrevistas aplicadas aos artesãos produtores do *pano de terra* foram realizadas entre Outubro e Novembro de 2011. Importa ressaltar que todos os participantes sentiram-se à vontade e mostraram-se interessados no tema, o que proporcionou uma conversa tranquila e objectiva. As entrevistas foram individuais e tiveram duração de 40 minutos aproximadamente, tendo sido conduzidas pela autora do trabalho.

O roteiro da entrevista (anexo1) foi escolhido de acordo com os objectivos traçados para o estudo e a sua aplicação foi norteada segundo as respostas dos participantes. As entrevistas compreenderam questões relacionadas com a produção do pano, tipologia, função, matéria-prima utilizada, comercialização e distribuição, valor do pano e o seu papel no rendimento dos produtores e das comunidades.

A terceira fase é conjunta e é representada pela selecção, análise e interpretação dos dados. Para dar prosseguimento ao estudo realizou-se, para o tratamento de dados, a análise de conteúdo das entrevistas transcritas, o que permitiu agrupar os comentários de acordo com as suas categorias e subcategorias.

4. 3. Caracterização da Amostra

Em estudos qualitativos, as amostragem utilizadas são intencionais, com critério, ou seja, fazem parte da amostra os casos que detenham muitas informações. Os elementos escolhidos para pertencer à amostra são, eventualmente, representativos da população (NETO, 2002). Nesta pesquisa tentou-se abranger artesãos de todas as localidades da ilha de Santiago, onde se produz o *pano de terra*. Ainda assim, foram seleccionados artesãos que, por um lado, têm um vasto conhecimento adquirido pela longa experiência da técnica de tecelagem do pano e, por outro, jovens que aprenderam a tecelagem do pano com os mestres.

Neste sentido, o perfil dos sujeitos entrevistados apresenta alguma heterogeneidade, a saber: a idade, o sexo, o nível de escolaridade e as condições sociais. As pessoas entrevistadas são maioritariamente do sexo masculino e nota-se neles uma grande diferença etária. As condições sociais foram determinadas a partir das visitas às habitações dos artesãos e da informação sobre o rendimento. A maioria dos artesãos é do sexo masculino, não possui formação académica, apresentando um baixo nível de escolaridade, conforme ilustra o quadro 2.

Tabela 2 - Perfil dos Entrevistados

Perfil dos Entrevistados							
Idade	Sexo						N.A.
	Masculino			Feminino			
	12º Ano	Formados	4ª C.I.P.	12º Ano	Formados	4ª C.I.P.	
[20, 35[1	0	3	0	0	1	5
[35, 50[0	1	4	0	0	0	5
TOTAL	1	1	7	0	0	1	10

Fonte: Elaborado por Neusa Amarante.

Legenda:

C.I.P (classe Instrução Primária)

N.A. (nº de Artesão)

Neste estudo foram contactados dez artesãos de diferentes localidades da ilha de Santiago, para aplicar as entrevistas. A par das entrevistas, foram recolhidas informações através de conversas informais junto aos técnicos que trabalham nos museus. Ainda, por forma a obter o máximo de informação possível, uma vez que não foi possível entrevistar a *designer* Fátima Almeida e as autoridades ligadas a Cultura e ao Turismo, recorreremos às entrevistas concedidas aos jornais digitais, referentes ao artesanato e ao turismo, proferidas tanto pela estilista, como pelos Ministros da Cultura e do Turismo, respectivamente.

4. 4. Análise e Discussão dos Resultados da Entrevista feita aos Artesãos

O presente estudo envolve a descrição e análise de dados relativos ao estado do *pano de terra*, seu valor e importância no desenvolvimento sustentável das comunidades.

Segundo Bardin (2002), este método de análise fornece informações suplementares sobre a mensagem e sobre o receptor, realizando-se a partir das significações que o texto da mensagem fornece.

Este mesmo autor (Bardin, 2002: 12), considera que a análise de conteúdo serve para interpretar mensagens obscuras que exigem uma interpretação, mensagens com um duplo sentido, cuja significação profunda só pode surgir depois de uma observação cuidadosa ou de uma intuição carismática. *“Por detrás do discurso aparente, geralmente simbólico e polissémico, esconde-se um sentido que convém desvendar”*. O pesquisador que utiliza a análise de conteúdo estará à procura de um texto que está escrito através de um outro texto que é aparente na primeira leitura.

A análise de conteúdo começou a ser vista não apenas com um alcance descritivo, mas com um objectivo de inferência, ou seja, pelos resultados da análise poder-se-ia regressar às causas. Segundo Bardin (2002), a análise de conteúdo possibilita o desvendamento de significações de diferentes tipos de discursos, baseando-se na inferência ou dedução, mas que, simultaneamente, respeita critérios específicos, propiciadores de dados em frequência, em estruturas temáticas, entre outros.

No tratamento dos dados, foi utilizada a técnica de análise temática ou categorial que de acordo com Bardin (2002), se baseia em operações de separação do texto em unidades, ou seja, descobrir os diferentes núcleos de sentido que constituem a comunicação, e posteriormente, realizar o seu reagrupamento em classes ou categorias.

Assim, de acordo com os resultados das entrevistas aos artesãos, as respostas foram organizadas nas seguintes categorias e subcategorias, que se consideraram relevante na análise do estudo. Convém ressaltar que nesta análise cada comentário dos artesãos poderá estar incluído em uma ou mais categorias.

Apresentaremos de seguida os indicadores de cada categoria e subcategorias agrupados no quadro 3.

Tabela 3 - Categoria e Subcategoria Avaliados

Critérios	Indicadores
Produção do Pano de Terra	<ul style="list-style-type: none"> - Início da actividade de tecelagem - Como aprendeu a tecelagem - Matéria - prima utilizado - Tipos de pano
Comercialização/ distribuição do pano	-Forma de escoamento dos produtos
Contribuição dos artesãos para a valorização do pano	<ul style="list-style-type: none"> -Existência de oficina - Existência de colaboradores -Participação em feiras e formação
Papel do pano no desenvolvimento económico local	-Viabilidade de comercialização do pano
Potencialidades turísticas do pano de terra	-Visitação turística/interesse dos turistas

Fonte: Elaborado por Neusa Amarante.

Na primeira categoria **Produção do pano** procurou-se obter informações sobre o início das actividades de tecelagem pelos artesãos, a forma como foi feita a aprendizagem, a matéria-prima utilizada pelos mesmos, os instrumentos (teares) que utilizam para a produção do pano, assim como o tipo de panos que produzem.

No que tange à subcategoria **início da produção** a maioria dos artesãos não conseguem precisar a data do início da actividade, excepto três entrevistados com idade

entre 21 a 25 anos, que trabalham na actividade há dois e três anos, respectivamente. Estes receberam formação e aprenderam a técnica de tecer o *pano de terra* com os mestres mais antigos. Cinco artesãos, com idade compreendida entre 40 e 50 anos, aprenderam a tecelagem do pano no ambiente familiar com os mais velhos e já trabalham nesta actividade há mais de vinte anos.

Quanto à **matéria-prima** utilizada na produção do pano, os entrevistados responderam que utilizam linhas de várias cores importados do Senegal, Dakar. Consideram ainda que a compra desta matéria-prima traz alguns constrangimentos na produção do pano, pelo que o preço é muito elevado e existe alguma dificuldade na sua aquisição. Replicaram ainda que outrora o pano era produzido com o algodão produzido nas ilhas, mas hoje, devido à falta desta matéria-prima é preciso importar a linha do Senegal.

No que concerne à **tipologia**, os entrevistados apontam, principalmente, dois tipos de panos, *pano de bicho* e *pano d'obra*. Este último, distingue-se pelas suas características; tais como a dimensão, a perfeição e o tempo de duração da produção. Existem vários tipos de panos, contudo, o que mais se produz é o denominado, *pano de bicho* ou *pano simples*, uma vez que é mais barato, demora menos tempo na sua confecção e tem maior procura no mercado.

Em relação à **subcategoria instrumento usado para o fabrico do pano de terra**, todos os entrevistados indicaram como instrumento principal o tear e os seus acessórios. O tear é um instrumento fabricado muitas vezes pelo próprio artesão ou pelos carpinteiros, sendo o desenho feito pelos artesãos. O tear é feito de madeira e é muito simples e frágil. Existe, paralelamente ao tear, um conjunto de acessórios, a saber: pente, lisas (de pé e de mão), pedal, roldana, pós de dobra, tábua bicho, caruru (acessório que serve para assegurar a linha), lançadeiras ou canela, listro. Os instrumentos, assim como a técnica de produção mantiveram-se exactamente como antigamente.

Para a **comercialização e distribuição do** pano não existe um circuito de venda e distribuição dos produtos criados pelos artesãos. Os panos são vendidos geralmente no próprio local de produção. Não obstante, é de notar que um artesão/produtor vende os seus produtos nos mercados e em algumas lojas artesanais do país.

Portanto, neste sentido é preciso desenvolver um trabalho de parceria entre os artesãos e os agentes interessados, neste caso, as Câmaras Municipais e os agentes turísticos, de modo a criarem uma forma adequada de distribuição e comercialização dos panos e dos respectivos produtos. Entendemos que a criação de uma cooperativa seria uma forma de proporcionar o aumento de produção do artesanato e de organizar a comercialização e distribuição dos produtos respondendo da melhor forma às demandas dos consumidores.

Através das visitas efectuadas às localidades onde se produz o pano, e das conversas com os artesãos, constatou-se que não existem oficinas de trabalho, sendo as actividades executadas, normalmente, na própria residência dos artesãos. Não existe uma estrutura física com condições para que o artesão possa exercer a sua actividade, com reflexos, tanto na organização do trabalho como na sua produtividade. A falta de uma estrutura, onde os artesãos exercem a actividade também tem implicação na qualidade do pano produzido e na qualificação da mão-de-obra. Para Barroso (2002), *o maior problema do artesanato doméstico é seu carácter de actividade secundária, complementar, individual, descontinuada e de difícil organização.*

A possibilidade de trabalho em cooperativa permitiria o desenvolvimento social, tornando possível a geração de rendimentos para muitas pessoas desempregadas ou com baixo rendimento e dificuldade de sustento familiar. No entanto, consideramos que a criação de uma cooperativa só é possível através da elaboração de um planeamento sistematizado, envolvendo a parceria pública e privada, e os elementos da própria comunidade, que são os principais beneficiados, garantindo a possibilidade da melhoria da qualidade dos panos, assim como da qualidade de vida das comunidades.

No entender de Vargas (2005), o planeamento constitui um importante instrumento na elaboração de produtos culturais, pois remete para reflexões e avaliações, que quando conduzidas com bom senso e profissionalismo, irão respeitar limites, valorizar a qualidade e ampliar a divulgação das ofertas dos produtos de forma consistente e ao mesmo tempo, valorizar os actores do processo, ou seja, os artistas.

De acordo com a entrevista da estilista Fátima Almeida, no *Boletim de Negócios*, os artesãos não conseguem produzir o suficiente para responder às demandas porque

não estão organizados e, por isso, como depende deles para produzir, também não consegue satisfazer os consumidores.

Com efeito, ao analisar as repostas dos entrevistados em relação às perguntas formuladas sobre a opção pela actividade artesanal, a maioria dos artesãos responderam que a produção do pano constitui uma forma de ocupação do tempo ocioso, ou seja, produzem o pano como entretenimento. Contudo, dois artesãos produzem o pano como complemento de outras actividades, para melhorar o rendimento familiar, e apenas dois artesãos se dedicam a produção do pano como actividade exclusiva do seu sustento e rendimento. Baseando nestas respostas, conclui-se que o artesanato da tecelagem do *pano de terra* de Santiago, em Cabo Verde, na sua maioria classifica-se na categoria de trabalhos manuais e não como actividade profissional. Apesar do potencial cultural material e imaterial e das inúmeras vantagens do artesanato do *pano de terra*, para os produtores e para as comunidades, a exploração e comercialização deste recurso, ainda não é suficiente para o seu desenvolvimento económico. Para que isso seja possível é necessário que sejam criadas um conjunto de condições e também que a matéria-prima e os produtos sejam utilizados com critério e planeamento.

No enquadramento teórico, foi abordado de forma explícita que uma das formas de atingir o desenvolvimento sustentável é através da necessidade do reconhecimento tanto do Governo, como da indústria turística, da importância de integração dos princípios de desenvolvimento sustentado nos seus planos de actividade. Assim, ao analisar os dados, conclui-se que o Governo de Cabo Verde e as agências do turismo, embora tenham implementados medidas com vista a esse objectivo, a percepção dos artesãos é que não reconhecem o impacto destas medidas. Perante isso, tendo em conta o potencial do artesanato, e do *pano de terra* em particular, cabe ao gestor cultural e social criar condições de desenvolvimento das bases culturais indicadas no decorrer deste estudo e envolver e valorizar a participação do artesão na construção do tecido social e do desenvolvimento local.

Os lugares onde se produzem o *pano de terra* são localidades muito pobres, e por isso, considera-se que os artesãos e os agentes sociais e culturais devem trabalhar desenvolvendo projectos conjuntos de forma a utilizar este potencial, *pano de terra*, e contribuir para diminuir a desigualdade entre os ricos e os pobres, garantindo a melhoria

das condições de vida das comunidades. Neste sentido, as populações têm que ser pró-activas em iniciativas e intervenções de forma a beneficiar e defender o produto cultural e o património material *pano de terra*. É nesta óptica que a criação da associação afigura-se fundamental para garantir e defender os artesãos, encontrando junto dos parceiros a melhor forma de promover e gerir os recursos e, concomitantemente, possibilitar o desenvolvimento sustentável das comunidades.

No que respeita à categoria **contribuição dos artesãos na valorização do pano**, existe um interesse por parte dos artesãos mais experientes em transmitir os conhecimentos aos mais jovens. Um entrevistado replicou “*trabalho actualmente, com três jovens que aprenderam comigo, na minha casa*”.

Muitos deles já dirigiram formação promovida pelas entidades públicas e privadas. Importa sublinhar que todos os entrevistados já participaram nas feiras nacionais e locais. Entende-se que estes certames constituem uma das formas de promoção e venda dos produtos, pelo que, a promoção das feiras de artesanato reveste-se de máxima importância. Dois artesãos já representaram Cabo Verde em feiras internacionais. Num cenário em que outras formas de comercialização não estão devidamente estabelecidas ou suficientemente desenvolvidas, consideramos que as feiras continuarão a ser um espaço comercial privilegiado.

Os entrevistados reconhecem a importância da preservação do pano, quer através da transmissão da técnica de tecer, como pela exposição das peças nas lojas, e sobretudo nos museus. A este nível, importa referir que dois artesãos ressaltaram que já expuseram os seus panos devidamente identificados nos vários museus do país. Um outro artesão proferiu as seguintes palavras: “*eu tento manter viva uma tradição antiga que aprendi com os meus pais e avôs*”. Pese embora, afigura-se de todo pertinente desenvolver outras formas de transmissão, que passam pelo registo do conhecimento. Neste sentido, pensamos que este trabalho poderá contribuir de certa forma para a reutilização e promoção do *pano de terra* numa perspectiva diferente da que tem sido tratada.

Consideramos, por conseguinte, que o património cultural de uma região, sendo pedra basilar da sua identidade colectiva, constitui um vector decisivo de qualificação da oferta turística no plano local. Com efeito, a potencialização dos produtos turísticos

depende da capacidade em identificar e preservar os atractivos patrimoniais de índole cultural, de reconhecer e amenizar as ameaças que sobre estes recaem e, principalmente, de definir e executar, a necessária articulação entre os sectores público-privados, estratégias adequadas de valorização de uma herança cultural que, pela sua unicidade, seja um vector evidente de desenvolvimento sustentável.

Nestes termos, o *pano de terra*, enquanto símbolo de identidade cabo-verdiana, e pelo seu significado e valor como património material e imaterial, constitui um importante recurso turístico das localidades de Santiago e de Cabo Verde. O pano enquanto recurso trabalhado pode transformar-se em produto turístico com relevância no desenvolvimento sustentável das localidades.

De uma forma geral, podemos afirmar que a valorização turística do artesanato constitui uma forma de desenvolvimento das comunidades, gerando mais postos de trabalho e, conseqüentemente, contribuindo para a melhoria do nível de vida das comunidades, fixando as pessoas nas suas localidades e, com isso, diminuindo o êxodo rural. Permite de igual modo, a inserção social das mulheres, estimula o associativismo, recuperando a auto-estima das mulheres e dos jovens artesãos.

O papel da tecelagem do pano de terra no desenvolvimento económico das comunidades locais, pode ser avaliado pelos entrevistados nos seguintes termos:

“O pano garante a sobrevivência da minha família, apesar de trabalhar nas horas vagas, pois o ofício não é o meu único trabalho. Há muita procura e não tenho pano para vender e já consigo dar trabalho, a mais três pessoas”. Apesar dos artesãos não se dedicarem exclusivamente à tecelagem do pano, confirma-se que o rendimento da venda consegue cobrir as necessidades das famílias, isto é, com o rendimento da venda do pano conseguem garantir o sustento da família. Neste ponto, partindo das apreciações dos artesãos/tecelões, verifica-se que o rendimento obtido da produção/venda do *pano de terra*, constitui uma mais-valia económica, garantindo uma maior autonomia por parte das famílias, embora a maioria exerça a actividade como forma de ocupação do tempo ocioso, ou como mera distracção.

Quanto à categoria **potencialidades turísticas do pano** os artesãos entendem que o pano enquanto peça artesanal é muito importante, pois permite resgatar as “coisas

antigas”, mostra a história do país e, deste modo, pode ser utilizado como produto turístico. Instados a pronunciarem-se sobre o valor histórico e cultural do pano, respondem da seguinte forma:

“O pano faz parte da nossa história e da cultura, por isso deve ser preservado. Hoje, as pessoas ligam o pano à história de Cabo Verde, e querem ter alguma peça ou objecto de pano para guardar”.

Nas palavras de um artesão, *“o pano actualmente é tão valorizado e está representado nos símbolos mais importantes de Cabo Verde, como sejam nas notas e no passaporte. Também está presente nas cerimónias importante do país; é utilizado pelos políticos, artistas como peças de vestuário”.*

O *pano de terra*, quer na sua acepção material quer pelo seu significado intrínseco e intangível, constitui um atrativo turístico, sobretudo no segmento do turismo cultural. Assim, tendo em conta que o turismo cultural tem como motivação primordial a cultura, o pano poderá ser utilizado como factor de desenvolvimento da economia local regional e mesmo nacional.

Segundo a United Nations Environment Programme (UNEP) (2000), um dos impactos sócio-culturais do turismo consiste em: (1) o cultivar do orgulho das tradições culturais; e (2) a promoção do artesanato. Assim em relação ao **interesse dos turistas**, os artesãos responderam que recebem frequentemente visitas de turistas para observar a técnica de tecer o *pano de terra*. Entendem ainda que os turistas demonstram interesse, porque o pano é diferente, *sendo* produzido manualmente e é muito bonito. Questionados se os turistas costumam comprar o pano, respondem que sempre adquirem algumas peças.

Ademais, através dos dados pode inferir-se que os turistas têm interesse em conhecer a técnica de tecelagem e consequentemente acabam por adquirir o pano, contribuindo para geração de riqueza dos artesãos. Por outro lado, ao interessarem-se no conhecimento da técnica e ao adquirir o *pano de terra* acabam por contribuir ainda para a valorização da cultura cabo-verdiana. O turista, pela necessidade de representação de um passado desconhecido, tem interesse em conhecer e vivenciar os hábitos e tradição de uma cultura. Nesta óptica, através do contacto com os artesãos, satisfaz o desejo de

experimentar emoções criativas com informações da cultura local, através da arte do saber-fazer.

O turismo enquanto actividade de cariz multiplicador, ao ser associado ao artesanato do *pano de terra* induz ao desenvolvimento sustentável das comunidades, contribuindo para melhorar as condições de vida das populações e garante a preservação dos recursos e do meio ambiente. No entanto, os artesãos apontaram algumas dificuldades que enfrentam na produção da tecelagem *do pano de terra* que, de seguida, passaremos a elencar.

Dificuldades apresentadas pelos artesãos:

- aquisição de matéria-prima para a produção do pano;
- falta de espaço organizado para a produção e desenvolvimento da tecelagem do pano;
- dificuldade na acessibilidade pelos visitantes e turistas aos locais de produção;
- deficiente promoção do pano por parte das agências turísticas;
- falta de incentivo por parte das autoridades culturais para a promoção do pano e da tecelagem;
- inexistência de uma associação que zele pela defesa dos artesãos.

A falta de organização nos grupos é talvez a maior dificuldade enfrentada pelos artesãos e pelos profissionais responsáveis pela tarefa de revitalizar o artesanato.

Por conseguinte, o turista que valoriza e respeita as culturas locais não fica satisfeito apenas por ter adquirido o produto em si. Ele busca, sobretudo, construir uma relação entre o produto, o local e o agente produtivo. Para o efeito, é de todo conveniente que houvesse a formatação de produtos turísticos culturais, e a existência de oficinas onde os artesãos possam partilhar o seu saber com os visitantes e os turistas.

Neste sentido, acredita-se que a tecelagem do *pano de terra* produzido pelos artesãos das comunidades das diferentes localidades da ilha de Santiago constitui um factor de fortalecimento da actividade turística local, gerando mais emprego e rendimento para os seus moradores, pois agrega valor ao propósito inicial do visitante, complementando-se mutuamente, e satisfazendo cada vez mais o visitante que é a razão principal da actividade turística.

Tabela 4 - Resumo dos resultados das entrevistas feitas aos artesãos

Categoria	Subcategorias	Indicadores
Produção do pano	Início das actividades de tecelagem do pano	Os artesãos mais velhos iniciaram a actividade a mais de vinte anos. Aprenderam a técnica de tecer o pano com os familiares. Os artesãos mais novos praticam a actividade a mais de 4 anos e aprenderam com os mais velhos.
	Matéria-Prima	Utilizam linha de várias cores importada do senegal (Dakar). Antigamente utilizavam algodão produzido nas ilhas. Este era plantado, colhido e tingido com cores preto e azul.
	Tipologia	Existem vários tipos de panos. Actualmente, os panos de bitcho e pano d'obra são os mais produzidos.
Comercialização/Distribuição	Visibilidade de Comercialização do pano	Vendem no local da produção Distribuem os produtos nas lojas e mercados da ilha Vendem para o exterior (Emigrantes) Produzem por encomenda O pano é utilizado para produção de outros produtos
Contribuição dos artesãos na valorização do pano	Existência de oficinas	Inexistência de oficinas. O trabalho é desenvolvido nas próprias residências.
	Participação nas feiras	Todos os artesãos já participaram na feiras locais e na nacionais. Alguns já representaram Cabo verde nas feiras internacionais
	Participação nas formações	Os artesãos participaram em acção de formação da tecelagem do pano. A formação constitui uma forma de garantir a continuidade da actividade e da preservação do pano
Papel do pano no desenvolvimento local	Rendimento do pano e o sustento da família	A tecelagem do pano não constitui actividade profissional dos artesãos. Apesar disso a maioria dos artesãos consideram que o rendimento da venda garante o sustento das famílias
Potencialidades turísticas	Valor do pano	O pano tem valor histórico e cultural. Antigamente era utilizado na compra de escravos e outros produtos na Costa Africana
	Visitação/interesse dos turistas	Frequentemente recebem visitas dos turistas que pretendem ver e conhecer a técnica de tecer. Os turistas têm interesse em conhecer a arte de tecer e ter informação sobre o artefacto, pano de terra. Normalmente compram algumas peças para recordação. A visita dos turistas constitui uma forma de promoção do pano.

Fonte: Elaborado por Neusa Amarante.

Considerações Finais

Reconhecendo a importância do património para o turismo, a presente dissertação de mestrado pretendeu analisar um recurso para esta actividade, utilizando o estudo de caso, o *pano de terra* de Santiago e as suas potencialidades turísticas.

A pesquisa foi desenvolvida partindo dos seguintes pressupostos: o *pano de terra* tem potencialidades para ser um produto turístico, complementando os tradicionais recursos sol e praia? De que forma o *pano* poderá contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades locais?

Nestes termos, pode-se afirmar que os objectivos preconizados foram alcançados. Avaliaram-se as potencialidades turísticas do *pano de terra* de Santiago; identificaram-se as áreas de produção do *pano* e analisou-se o seu papel na promoção da identidade nacional; de igual modo, demonstrou-se o papel do *pano* no desenvolvimento sustentável das comunidades locais; e, finalmente, propuseram-se algumas sugestões e recomendações de forma a promover o *pano* e acrescentar o seu valor.

A análise dos dados recolhidos pela aplicação da entrevista aos artesãos permitiu explicar a importância do *pano*, dando algumas indicações importantes sobre a percepção dos turistas em relação ao mesmo. A pesquisa permitiu ainda encontrar respostas para as questões centrais que nortearam a investigação.

O turismo constitui um factor de desenvolvimento de Cabo Verde, pese embora com maior expressão nas ilhas de Sal e Boa Vista. Assim, é imperativo que se estenda a todas as ilhas do arquipélago para que estas possam beneficiar-se de forma equitativa da existência deste recurso. Por isso, é necessário aproveitar todos os recursos das ilhas e desenvolver outros segmentos turísticos, como o turismo cultural.

Não obstante, a ilha de Santiago apresenta condições culturais, ambientais e históricas para promover o segmento de turismo cultural. Ora, pela pesquisa depreendeu-se que existe um défice quer a nível das infra-estruturas básicas quer a nível dos equipamentos turísticos para o acolhimento dos turistas. Por outro lado, é necessário atribuir uma dimensão qualitativa a essa prática, através da introdução de novos

produtos e serviços, razão pela qual, Santiago não tem vindo a ser o destino preferencial dos turistas.

Com estas aportações, afigura-se pertinente reter, de modo conclusivo, que a ilha de Santiago tem um enorme potencial que urge capitalizar e salvaguardar, como é o caso do património cultural. É fundamental ter como princípio que a modernização da ilha deverá ser efectuada respeitando a sua identidade cultural. O património deverá ser, em muitos municípios, recorrentemente mobilizado para sustentar projectos de reestruturação económica e projecção cultural, para a construção de um espaço público capaz de incitar a novas experiências, sociabilidades, e de apelar à memória colectiva, constituindo factores de motivação turística.

O turismo cultural, para além da sua dimensão espiritual de encontro de pessoas com identidades distintas, configura uma vertente económica extremamente interessante porque está direccionada para o benefício directo das populações envolvidas.

É nesse contexto que surge a necessidade de agregar à oferta turística de Cabo Verde, aspectos relacionados com a cultura e a identidade dos cabo-verdianos, explorando as vertentes patrimonial e cultural do país.

O resultado da pesquisa possibilitou-nos ainda concluir que o *pano de terra* não constitui ainda um produto turístico. No entanto, este artefacto, sendo património cultural material intangível e símbolo da idiossincrasia do povo cabo-verdiano, possui potencialidades para se transformar plenamente num produto turístico, constituindo um atractivo para a actividade turística.

Pode-se aferir que hoje existe uma tendência para a revitalização do *pano de terra*, quer através das medidas e políticas do Governo quer pelo aparecimento de novos artesanatos.

O estudo sobre as “potencialidades turísticas do *pano de terra* e o seu papel no desenvolvimento das comunidades”, permitiu-nos comprovar que a curto prazo não existe a possibilidade da comunidade por si só promover o seu desenvolvimento. No entanto, isso não significa a impossibilidade de introdução de melhorias, utilizando mecanismos de inovação e promoção do pano. Só se garante a sustentabilidade quando

existe uma conciliação entre a manutenção da oferta turística e a satisfação dos turistas, com benefício para a população.

Por conseguinte, para que o desenvolvimento se verifique, é necessário uma maior articulação entre os órgãos públicos e privados, no sentido de criar políticas públicas efectivas para que os artesãos possam ter uma estrutura mais organizada de trabalho e, concomitantemente, contribuir para a melhoria da sua qualidade de vida.

O património, o turismo e a identidade são categorias complexas e a revisão da literatura e o trabalho de campo revelaram que a identidade se conserva não como manifestação ligada a um passado histórico, mas que se encontra fundada na dinâmica cultural, com implicação na perda de aspectos culturais e inclusão de novos elementos. Assim como os bens materiais se renovam, a identidade também sofre transformações, na medida em que se vai construindo e acompanha a dinâmica do tempo, preservando aspectos herdados do passado. Neste sentido, pode-se concluir que o *pano de terra* não acompanhou a evolução da dinâmica social e cultural, pelo que é preciso introduzir inovações de forma a transformá-lo num produto mercadológico.

A pesquisa permitiu-nos também conferir que existe pouca participação da população na valorização, promoção e preservação do pano. Neste sentido, é fundamental um trabalho de sensibilização junto à população de forma a incentivá-los da importância da preservação do *pano de terra*.

O património cultural imaterial pode ser utilizado como recurso turístico e ao mesmo tempo servir para reforçar a identidade local, pondo o acento tónico na parceria entre as autoridades e as comunidades. O trabalho de campo sobre as potencialidades turísticas do *pano de terra* da ilha de Santiago permitiu-nos entender que o pano é um recurso turístico com potencial para se transformar em produto turístico. Contudo, isso só é exequível se o património se apresentar dinâmico e revitalizado, proporcionando ao turista uma experiência satisfatória.

Baseando na análise dos dados recolhidos juntos dos artesãos, pode-se constatar que depois de um período de quase extinção do pano, existe hoje, um interesse para a sua revitalização.

Importa salientar que, com este trabalho, não foi nosso propósito dar por definitivas as discussões acerca do património cultural *pano de terra*, visto que as informações de que dispomos a respeito são ainda insuficientes para que uma teoria geral satisfatória seja possível. Entretanto, esperamos ter contribuído com este estudo para despertar o interesse sobre o artesanato e a tecelagem do pano como um potencial produto turístico alternativo para a ilha de Santiago. Ademais, é nossa intenção dar continuidade a este estudo, eventualmente, noutros moldes e com outro alcance, alargando as amostras, ou seja, integrando os próprios turistas e todos os agentes ligados ao turismo, de modo a responder à possíveis perguntas que poderão ter ficado sem resposta.

Recomendações

Em face da pesquisa desenvolvida e na articulação com o conhecimento adquirido, apresentam-se de seguida algumas recomendações para este estudo de caso – as potencialidades turísticas do *pano de terra* de Santiago, Cabo Verde.

O aproveitamento dos recursos existentes na ilha de Santiago – património arqueológico, património ambiental e património cultural – para além de ser um imperativo nacional, só farão sentido se integrados numa estratégia e num modelo de desenvolvimento para as regiões e para a sociedade local.

O património cultural *pano de terra* apresenta-se como um recurso importante para o país. Assim, entende-se que é imperativo uma melhor planificação e estruturação deste recurso de forma a contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades.

É notável a necessidade da criação de uma associação dos artesãos produtores do *pano de terra* que zelasse pela defesa dos seus direitos e protegesse os seus produtos contra a contrafacção e, ao mesmo tempo, contribuisse para a rentabilização dos produtos. A associação é importante, pois permite a compra conjunta de matéria-prima, reduz os custos e instiga a realização de acções de formação. De igual modo, propicia a participação conjunta em feiras e exposições. Assim sendo, é necessário a criação de uma estratégia de comercialização e venda do produto *pano terra*, de forma eficaz e organizada. Mais ainda, é essencial a criação de estratégias de comunicação do produto, designadamente, *marketing* e marcas específicas.

O mundo de hoje exige um esforço complexo que requer uma capacidade institucional no fortalecimento e dinamização de associações, de apelo à cidadania, à interactividade e à cooperação entre agentes, em prol de uma orientação estratégica e de um objectivo comum: a promoção do *pano de terra*.

Considera-se igualmente importante a implementação de sinalética e painéis de informação referentes aos lugares onde se produz o *pano de terra*.

Grande parte dos projectos voltados para o incentivo e fomento da produção artesanal são elaborados sem a participação dos artesãos, ou seja, são desenvolvidos pelos agentes de gestão ou produção cultural. No caso dos artesãos, produtores do *pano de terra*, mesmo quando ocorre alguma colaboração no levantamento das necessidades das comunidades artesãs, ou na própria elaboração dos projectos, aqueles não têm tido uma participação decisória.

Neste sentido, afigura-se pertinente que os artesãos se sintam envolvidos nas várias etapas da elaboração dos projectos dedicados a promoção e desenvolvimento do artesanato. Do mesmo passo, é fundamental um acompanhamento por parte das entidades que promovam as formações de novos artesãos de forma a evitar que hajam desperdícios de recursos e garantir que os formandos exerçam, com conhecimento, a actividade da tecelagem do pano.

As autoridades deveriam também implementar medidas de fiscalização de modo a evitar a falsificação do *pano de terra* garantindo a defesa da sua autenticidade.

Para que o pano se transforme num produto turístico com relevância no desenvolvimento sustentável, é fundamental que se desenvolvam acções de formação dos produtores e se desenvolva um trabalho articulado entre o *designer* e os artesãos.

Bibliografia

ACERENZA, M. A. (1991), *Promoção Turística: Um Enfoque Metodológico*. 1ª Edição. São Paulo: Livraria Pioneira Editora.

AMARAL, I. (1964), *Santiago de Cabo Verde - a Terra e os Homens*. Lisboa: Memórias da Junta de Investigação do Ultramar, n.º 48, 2ª série, pp. 11- 444.

ANDRADE, S. E. (1996), *As ilhas de Cabo Verde da “descoberta” à independência nacional (1460-1975)*. Paris: L'Harmattan.

ANDRADE, V. J. (1998), *Turismo – Fundamentos e Dimensões*. São Paulo: Ática.

ASHWORTH, G. (1995), “Managing the Cultural Tourist”, in Ashworth, G., e Dietvorst, A. (eds.), *Tourism and Spatial Transformations Implications*. London: CAB International, pp. 265-284.

AYALA, H. (1995), “From quality product to eco-product: will Fiji set a precedent”, *Tourism Management*. Vol.16, n.º.1, pp. 39-47.

AZEVEDO, I. B. (2000), *Directriz para a elaboração de trabalhos académicos*. São Paulo: Prazer de Ler, 8ª Edição.

BALENO, C. I. (1991), “Povoamento e Formação da Sociedade: Condicionalismos adversos à ocupação”, In: *História Geral de Cabo Verde*, (Coord.) de Luís de Albuquerque e Maria Emília Madeira Santos. (pp. 125-177). Vol. I, 2ª edição, Lisboa: Centro de Estudos e Cartografia Antiga; Instituto de Investigação Científica Tropical; Praia; Direcção Geral do Património de Cabo Verde.

----- (2002), “Reconversão do Comércio Externo em Tempo de Crise e o Impacto da Companhia do grão/Pará e Maranhão”, In: *História Geral de Cabo Verde*, vol. III, (coord.) de Maria Emília Madeira Santos (pp.157-233), Lisboa: Centro de Estudos e Cartografia Antiga; Instituto de Investigação Científica Tropical; Praia; Direcção Geral do Património de Cabo Verde.

BALLART, J. (1997), *El Patrimonio Histórico y Arqueológico: Valor y Uso*. Barcelona: Ariel Patrimonio Histórico.

BAHIA, GOVERNO DO ESTADO, Secretaria de Cultura, IPAC, Pano da Costa/Bahia, Governo do Estado, Secretaria de Cultura. IPAC (2009), Salvador: IPAC; Fundação Pedro Calmon.

BARCELOS, C. J. de S. (1899), *Subsídios para a História de Cabo Verde e Guiné*. Lisboa: Imprensa Nacional, Vol. 1.

BARDIN, L. (2002), *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

BARRETO, M. (1995), *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Campinas: Papirus.

----- (2003), *Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento*. Campinas: Papirus.

BARROSO, N. E. (2002), *Curso design, identidade cultural e artesanato*. Mód. I e II. Fortaleza: FIEC/IEL/COMPI/SEBRAE.

----- (2005), *Artesanato e mercado*. Curso de Artesanato, São Paulo: Módulo II, acedido em 6 Fevereiro, 2012, em: <http://www.eduardobarroso.com.br>

BENI, M. C. (2007), *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac, 12ª Edição.

Boletim da Câmara de Comércio, Indústria de Sotavento, nº 9, Julho de 2009.

BUARQUE, C. S. (2004), *Construindo o Desenvolvimento Local Sustentável: Metodologia de Planejamento*. Rio de Janeiro: Editora, Garamond Ltda.

BURNS, P. (1995), *Tourism: a New Perspective*. London: Prentice Hall.

BRITO, P. J. (2006), “O museu, entre o que guarda e o que mostra”. In A. Semedo; J. T. Lopes (coord.), *Museus discursos e representações*. Porto: Edições Afrontamento, pp. 149-161.

CABRAL, C. J. (2005), *O papel do turismo no desenvolvimento de Cabo Verde – turismo e combate à pobreza: nu djunta-mô*. Dissertação de mestrado em

Desenvolvimento e Cooperação Internacional, Lisboa: Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa.

CARREIRA, A. (1983), *Cabo Verde, Formação e Extinção de uma Sociedade Escravocrata (1460-1878)*. Praia: Instituto Cabo-verdiano do Livro.

----- (1983), *Panaria Cabo-Verdiana-Guinense (aspectos históricos e sócio económicos)*. [Praia]: Instituto Caboverdeano do Livro, 2ª Edição.

----- (1983), *As Companhias Pombalinas*. Porto: Edições Presença.

----- (1984), *Cabo Verde (Aspectos Sociais. Secas e fomes do século XX)*. Lisboa: Ulmeiro, 2ª Edição.

----- (1985), "Conflitos sociais em Cabo Verde no século XVIII". *Revista de História Económica e Social*, Lisboa, nº 16, pp. 63-88.

CORREIA, O. (2011), "A Economia da Cultura – Transformar Cabo Verde numa zona Franca Cultural", *Liberal* 2011, s/p. acedido em 20 de Fevereiro de 2012, em <http://liberal.sapo.cv/noticia>.

COSTA, N. P. L. O. (1977), *Estatística*. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda.

COSTA, F. P. (2009), "Os 'lenços de namorados': frentes e versos de um produto artesanal no tempo da sua certificação", *Etnográfica*, Lisboa, Vol. 13, nº. 1, pp. 231-232.

CURY, X. M. (2008), *Exposição - Conceção, Montagem e Avaliação*. 1ª Edição, São Paulo: Annablume.

DIAS, R.. (2005), *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Atlas.

DURAND, J. Y. (2006), "Patrimónios / patrimônios". In: *Colectivo, A função social do museu*. Montalegre: Câmara Municipal, MINOM, pp. 41-53.

FERREIRA, L. C. J.; GOMES, J. (2004), "Turismo, impactos e sustentabilidade". In: Bayard Boiteaux, *Lições em Turismo 3*. Rio de Janeiro: Editora Campus.

----- (2005), “Estudo Analítico das Variáveis da Macro Envolvente de um Destino Turístico”, *Téckne – Revista de Estudos Politécnicos*, Barcelos, Vol. II, n.º 4, pp. 135-147.

----- (2008), “Políticas Públicas e Desenvolvimento do Turismo: análise de modelos de planeamento estratégico de destinos turísticos”, Working Paper, Porto: ISCET/CIIC.

----- (2009), *Sustentabilidade e Planeamento em Turismo: Casos de Estudo*. Porto: ISCET – Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo.

FILINTO, E. (2005), “pano-de-terra-sta-na-moda”, Texto de apresentação da exposição “CaboVerdianamente”, Praia: acedido em 20 de Novembro de 2011, em <http://arquivomomentos.blogspot.com>

FRANÇA, R. A. (2005), “Design e artesanato: uma proposta social”, *Revista Design em Foco*, Salvador (Baía), Vol. II, nº 2, pp. 9-15.

FRASQUILHO, M. (Coord.) (2010), “Cabo Verde Economic Outlook, Crise externa com impacto limitado” e “O Sector do Turismo. Dínamo de desenvolvimento”, *Espírito Santo Research*, acedido em 20 de Fevereiro de 2012, em: www.bes.pt.

GAMA, G. J. (2009), *Cultura e Filosofia: Estudos sobre o pensamento Português*. Braga: Aletheia – Associação Cultural e Científica Faculdade de Filosofia.

HENRIQUES, C. (2003), *Turismo, cidade e cultura. Planeamento e gestão sustentável*. Lisboa: Sílabo.

ICOMOS, (1999), International Cultural Tourism Charter. Paris, ICOMOS, acedido em 20 de Março de 2012, em: <http://www.icomos.org>.

JENNINGS, G. (2005), “Interviewing: a focus on qualitative techniques”. In: B. Ritchie, P. Burns, & C. Palmer (eds.), *Tourism research methods. Integrating theory with practice*. Oxford: CABI Publishing, pp.99-117.

KOUDAWO, F. (2001), *Cabo Verde e Guiné- Bissau: Da Democracia Revolucionária À Democracia Liberal*. Bissau: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisa.

LEAL, J. (2009), “O património imaterial e a antropologia portuguesa: uma perspectiva histórica”. In: P. Costa (ed.), *Museus e património imaterial: agentes, fronteiras, identidades*. Lisboa: Instituto dos Museus e da Conservação.

LICKORISH, L. J.; JENKINS, C. L., (2000), *Introdução ao turismo*. Rio de Janeiro: Campus.

LIRA, S. (1999), “*Colecções Etnográficas e Museus Etnográficos: objectos e memórias da Cultura Popular - Antropologia e museus*”. Maia: Comunicação apresentada ao Congresso de Cultura Popular na secção Etnografia e Património Etnográfico. Acedido em 29 de Fevereiro de 2012, em <http://ceaa.ufp.pt/museus>.

MAGALHÃES, F. (2011), “Questões sobre a dicotomia património material/imaterial”, *Revista Animação e Educação*, Leiria, nº 13, pp. 1-14.

----- (2005), *Museus Património e Identidade: Ritualidade, Educação, Conservação, Pesquisa, Exposição*. Porto: Profedições,

MARIANO, G. (1991), *Cultura Caboverdeana: Ensaios*. Lisboa: Vega.

MARTINS, S. J. de (1993), *Levantamento Cultural, exemplos e sugestões*. Aveiro: Estante.

MENDES, A. (2009), “Significado da sulada em Santiago: um reparo etnográfico”, *Revista de Estudos Caboverdianos*, Palmarejo, nº 3, pp. 79-106.

MICHEL, H. M. (2005), *Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais*. São Paulo: Atlas.

MOREIRA, C. A. (2005), *Desenvolvimento Sustentável – Um conceito no limiar da utopia*, 2005, acedido em 6 de Janeiro de 2011, em <http://homologa.ambiente.sp.gov.br/.../desenvolvimentosustentaveumconceitonolimiardauto pia.pdf>.

NETO, B. E. (1999), *Design, identidade cultural e artesanato. Para Primeira Jornada Iberoamericana de Design no Artesanato*, acedido em 6 de Fevereiro de 2012, em: <http://www.eduardobarroso.com.br/artigos.htm>

NETO, M., J., A. (2002), *Metodologia científica na era da informática*. São Paulo: Saraiva.

NEVES, M. (2011), *Design e Artesanato: Aplicação aos «lenços de Namorados»* Dissertação de Mestrado. Braga: Universidade do Minho.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (2001), *Introdução ao turismo*. São Paulo: Roca.

PAZ, O. (1991), *Convergências: ensaios sobre arte e literatura*. Rio de Janeiro: Rocco.

PEIXEIRA, L. M. S. de (2003), *Da Mestiçagem à Caboverdianidade - Registos de uma Sociocultura*. Lisboa: Edições Colibri.

PÉREZ, X. P. (2009), *Turismo cultural. Uma visão antropológica*. La Laguna: Ed. Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, acedido em 6 de Março de 2012, em <http://www.pasosonline.org>

PERREIRA, A.; POUPA, C. (2008), *Como escrever uma tese: monografia ou livro científico usando o Word*. Lisboa: Sílabo, 4ª Edição.

PEREIRA, D. (2000), *Estudos da História de Cabo Verde*. Praia: Alfa - Comunicações.

PERINOTTO, A. R. C., SANTOS, A. P. K. dos (2011), “Património cultural e turismo: um estudo de caso sobre a relação entre a população parnaibana e o Complexo Porto das Barcas”, *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, Vol. 5, nº 2, pp. 210-211.

POMIAN, K. (1984), “Colecção”, In *Enciclopédia Einaudi – Memória e História*. Lisboa: INCM, Vol. I., pp. 51-86.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME (2000), Home Page. Acedido em 23 de Fevereiro de 2012, em <http://www.unep.org/>

SANTOS, M. E.; TORRÃO, M. M. (1989), “Subsídios para a História Geral de Cabo Verde”, Separata de *Actas do Congresso Internacional Bartolomeu Dias e a sua Época: D. João II e a Política Quatrocentista*. Lisboa: Instituto de Investigação Científica Tropical.

SEMEDO, J. M.; TURANO, M. R. (1997), *Cabo Verde. O Ciclo Ritual das Festividades da Tabanca*. Praia: Spleen-Edições.

SILVA, A. S. (2000), *Cultura e Desenvolvimento – Estudos sobre o Relação entre Ser e Agir*. Oeiras: Celta Editora.

SILVA, L. C. A. (1991), “Espaço, ecologia e economia interna”, In *História Geral de Cabo Verde*. Lisboa: Instituto Investigação Científica Tropical, Vol. I, pp. 186-192.

TELLES, M. (2010), “Património cultural material e imaterial - dicotomia e reflexos na aplicação do tombamento e do registo”, *Políticas Culturais em Revista*, Baía, Vol. 2, nº 3, pp. 121-137.

VARGAS, V. R. (2005), *Gerenciamento de Projetos: Estabelecendo Diferenciais Competitivos*. Rio de Janeiro: Brasport.

VEIGA, M. (1997), “Cabo Verde: Que Cultura, que direito, que dinamismo”, *Pré-textos*, Número especial, Praia: Ministério da Cultura.

VIEIRA, M. J. (2007), *Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo - Uma perspectiva estratégica*. Lisboa: Editorial Verbo.

VOGT, O. P. (2008), “Património cultural: um conceito em construção”, *Métis: história & cultura*, Caxias do Sul, Vol. 7, nº. 13, pp. 13-31.

WLODZIMIERZ, J. S. (2009), *Diversificação da oferta turística na Ilha de Santiago. Aproximação às perspectivas de desportos e actividades náuticas*. Universidade Jean Piaget de Cabo Verde, acedido em 3 de Março de 2012, em <http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%2015/285A.pdf>.

YIN, R. K., (2005), *Estudo de Caso: planeamento e método*. Porto Alegre: Bookman, 3ª Edição.

Sites:

Donataria. In Infopédia [Em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2012. Acedido em 19 de Março de 2012, em , www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$donataria](http://www.infopedia.pt/$donataria)>.

<http://www.ine.cv>

<http://www.portugaldigital.com.br>

<http://www.expressodasilhas.sapo.cv/pt/noticias/go/artesanato-cabo-verdiano-tera-selo-de-qualidade-e-um-mercado-proprio>.

IPHAN. Disponível em <http://www.iphan.gov.br/bens/bens.htm>.

<http://www.iipc.cv/index>.

<http://www.governo.cv/>

<http://observatoriodoturismocv.org>

Legislação consultada

Cabo Verde Constituição, 2010, *Constituição da República de Cabo Verde: 2ª revisão ordinária - 2010* / coord. de Direcção de Serviços Parlamentares. - 4ª ed.. - Praia: Assembleia Nacional, Divisão de Documentação e Informação Parlamentar.

Cabo Verde, Lei Nº 42/IV/92, de 6 de Abril, da Assembleia Nacional Popular, Suplemento ao *Boletim Oficial de Cabo Verde*, nº 14, de 6 de Abril de 1992. (Lei da Utilidade Turística).

Boletim Oficial, nº 13, de 31 de Março de 1866.

Portaria nº 439, de Junho de 1920

Lei de Base do Turismo de Cabo Verde, 1991

Boletim Oficial de Cabo Verde, nº52, 29 de Dezembro de 1990, Lei nº 102/III/90

Anexo I

Roteiro de entrevista aplicada aos artesãos/produtores do *pano de terra*

O presente roteiro de entrevista insere-se no âmbito da elaboração da dissertação do mestrado em Património e Turismo Cultural
--

Identificação:

Sexo
Idade
Formação académica
Morada

Questões:

- 1 - Quando começou a produzir o *pano de terra*?
- 2 - Que instrumento utiliza para produzir o *pano de terra*?
- 3 - Fabrica os teares que utiliza? Caso contrário, onde os adquire?
- 4 - Qual é a matéria-prima que utiliza para produzir o *pano de terra*?
- 5 - Onde adquire a matéria-prima?
- 6 - Onde é que vende os panos *de terra*? Vende-os directamente ou existe (m) intermediário(s) ?
- 7 - Onde e como faz a produção do pano?
- 8 - Produz outros objectos?
- 9 - Trabalha sozinho, ou tem colaboradores?

- 9 - O trabalho de artesão constitui ocupação ou é a sua profissão principal?
- 10 - A produção do pano de terra garante o seu sustento?
- 11 - Costuma receber visitas de turistas para conhecer o seu trabalho? Com frequência?
- 12 - Acha que o pano de terra é valorizado?
- 13 - Qual é a importância do pano de terra para Cabo Verde?

Anexo II

Pano de terra aplicado a outros produtos



Fonte: *Boletim da Câmara de Comércio, Indústria de Sotavento*, 2009.